Euis Hernawati, S.E., M.M. | Jusuf Nurdin, S.Si., M.M. | Karyadi, S.E., M.M. |
Kartika Legistari, S.Tr., Akun., M.M. | Komarudin, S.Si., M.M. | Tiris Sudrartono, S.E., M.M. |
Sa'ad Noor, Drs., M.M. | Kasino Martowinangun, S.Sos., M.M. |
Dian Candra Fatihah, S.P., M.M. | Nuniek Dewi Pramanik, S.E., M.M.

MANAJEMEN BISNIS TERINTEGRASI

Sinergi Keuangan, Pemasaran, dan Sumber Daya Manusia

Editor:
Tiris Sudrartono, S.E., M.M.



MANAJEMEN BISNIS TERINTEGRASI

Sinergi Keuangan, Pemasaran,
dan Sumber Daya Manusia

Euis Hernawati, S.E., M.M. | Jusuf Nurdin, S.Si., M.M. | Karyadi, S.E., M.M. |
Kartika Legistari, S.Tr., Akun., M.M. | Komarudin, S.Si., M.M. | Tiris Sudrartono, S.E., M.M. |
Sa'ad Noor, Drs., M.M. | Kasino Martowinangun, S.Sos., M.M. |
Dian Candra Fatihah, S.P., M.M. | Nuniek Dewi Pramanik, S.E., M.M.

Penerbit Widina

MANAJEMEN BISNIS TERINTEGRASI
Sinergi Keuangan, Pemasaran, dan Sumber Daya Manusia

Tim Penulis:
Euis Hernawati, S.E., M.M.
Jusuf Nurdin, S.Si., M.M.
Karyadi, S.E., M.M.
Kartika Legistari, S.Tr., Akun., M.M.
Komarudin, S.Si., M.M.
Tiris Sudrartono, S.E., M.M.
Sa'ad Noor, Drs., M.M.
Kasino Martowinangun, S.Sos., M.M.
Dian Candra Fatihah, S.P., M.M.
Nuniek Dewi Pramanik, S.E., M.M.

Desain Cover:
Andi Juliandi

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Editor:
Tiris Sudrartono, S.E., M.M.

ISBN:
978-634-317-096-9

Cetakan Pertama:
Juli, 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
Instagram: @penerbitwidina
Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucap rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul "Manajemen Bisnis Terintegrasi" telah selesai disusun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan tentang Manajemen Bisnis Terintegrasi.

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

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

Juli, 2026

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **iv**
BAB I KONSEP DASAR MANAJEMEN KEUANGAN DAN LINGKUNGAN BISNIS **1**
A. Pengertian dan Ruang Lingkup Manajemen Keuangan 2
B. Tujuan dan Fungsi Manajemen Keuangan 5
C. Peran Manajer Keuangan dalam Organisasi 8
D. Lingkungan Bisnis dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Keuangan 11
E. Integrasi Keuangan dengan Pemasaran dan MSDM 17
BAB II ANALISIS LAPORAN KEUANGAN UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN **27**
A. Jenis dan Komponen Laporan Keuangan 28
B. Analisis Rasio Keuangan 32
C. Analisis Likuiditas, Solvabilitas, dan Profitabilitas 34
D. Analisis Arus Kas (*Cash Flow*) 37
E. Interpretasi Laporan Keuangan untuk Strategi Bisnis 43
BAB III MANAJEMEN MODAL KERJA DAN PENGELOLAAN ARUS KAS **47**
A. Konsep Modal Kerja 49
B. Manajemen Kas 52
C. Manajemen Piutang 53
D. Manajemen Persediaan 54
E. Strategi Menjaga Likuiditas Perusahaan 57
BAB IV PERENCANAAN KEUANGAN DAN PENGANGGARAN **67**
A. Perencanaan Keuangan Jangka Pendek dan Panjang 69
B. Penyusunan Anggaran (*Budgeting*) 72
C. Analisis *Break Even Point* (BEP) 75
D. Pengendalian Biaya (*Cost Control*) 79
E. Evaluasi dan Pengawasan Anggaran 82
BAB V ANALISIS PASAR DAN PERILAKU KONSUMEN **89**
A. Konsep Dasar Manajemen Pemasaran 91
B. Konsep STP (*Segmenting*, *Targeting*, *Positioning*) 95
C. Perilaku Konsumen 100
D. Riset Pemasaran 102
E. Strategi Akselerasi Nilai Pelanggan (*Customer Value*) 103

BAB VI STRATEGI BAURAN PEMASARAN DAN PEMASARAN DIGITAL 111
A. Konsep Bauran Pemasaran 4P/7P 112
B. Strategi Produk dan Inovasi..... 116
C. Strategi Harga 118
D. Strategi Distribusi 120
E. Strategi Promosi dan *Digital Marketing* 121
F. Pengukuran Kinerja Pemasaran 123
BAB VII PERENCANAAN & PENGADAAN SUMBER DAYA MANUSIA 131
A. Konsep dan Fungsi MSDM..... 132
B. Pergeseran Nilai Manusia dari Sebagai Sumber Daya Menjadi Modal..... 133
C. Pergeseran Peran Manajer SDM Menuju HRBP 138
BAB VIII PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN SDM 153
A. Konsep Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia..... 153
B. Identifikasi Kebutuhan..... 155
C. Metoda Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia.... 156
D. Evaluasi Program Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia 158
BAB IX MANAJEMEN KINERJA DAN KOMPENSASI..... 165
A. Konsep Manajemen Kinerja 167
B. Penilaian Kinerja Karyawan 171
C. Sistem Kompensasi dan *Benefit* 173
D. Motivasi Kerja..... 177
E. Produktivitas dan Retensi Karyawan..... 179
BAB X KEPEMIMPINAN, BUDAYA ORGANISASI, DAN SINERGI BISNIS 185
A. Konsep Kepemimpinan..... 187
B. Gaya Kepemimpinan dalam Organisasi..... 188
C. Budaya Organisasi 190
D. Komunikasi dan Hubungan Industrial 192
E. Integrasi Strategis Keuangan, Pemasaran, dan MSDM dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi..... 193
PROFIL PENULIS 199

BAB I

KONSEP DASAR MANAJEMEN KEUANGAN DAN LINGKUNGAN BISNIS

Euis Hernawati, S.E., M.M.

PENDAHULUAN

Manajemen keuangan merupakan salah satu aspek penting dalam keberlangsungan dan perkembangan suatu organisasi atau perusahaan. Melalui pengelolaan keuangan yang efektif, perusahaan dapat merencanakan, mengalokasikan, serta mengendalikan sumber daya keuangan secara optimal guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Konsep dasar manajemen keuangan mencakup berbagai prinsip dan teknik dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan investasi, pendanaan, dan pengelolaan aset, yang semuanya berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Di sisi lain, lingkungan bisnis menjadi faktor eksternal yang sangat mempengaruhi aktivitas dan kebijakan keuangan suatu perusahaan. Lingkungan ini meliputi kondisi ekonomi, sosial, politik, teknologi, serta persaingan industri yang terus berubah. Perubahan dalam lingkungan bisnis menuntut perusahaan untuk lebih adaptif dan responsif dalam menyusun strategi keuangan agar tetap kompetitif dan mampu bertahan dalam dinamika pasar.

Oleh karena itu, pemahaman terhadap konsep dasar manajemen keuangan yang terintegrasi dengan analisis lingkungan bisnis menjadi hal yang sangat penting. Dengan memahami keterkaitan antara keduanya, perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih tepat, meminimalkan risiko, serta memaksimalkan peluang yang ada. Pendahuluan ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal mengenai pentingnya sinergi antara manajemen keuangan dan lingkungan bisnis dalam mendukung keberhasilan suatu organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

Afrianti, A., & Meutia, T. (2024). Peranan Audit Manajemen dalam Fungsi Keuangan. Jurnal Riset Akuntansi,2(2),261–271.

Agus Sartono. (2021). Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: BPFE.

Bambang Riyanto. (2013). Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan. Yogyakarta: BPFE.

Brigham, Eugene F. & Houston, Joel F. (2019). *Fundamentals of Financial Management*. Cengage Learning

Euis Hernawati.(2025). Manajemen Keuangan Praktis. Bandung: Widina Media Utama

Fahmi, Irham. (2019). Manajemen Keuangan Perusahaan. Alfabeta.

Kasmir. (2020). Analisis Laporan Keuangan. Rajawali Pers.

Sutrisno. (2019). *Manajemen Keuangan: Teori, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.

Van Horne, James C. & Wachowicz, John M. (2016). Fundamentals of Financial Management.

Yasa, I. P. B., & Khairunnisah, N. A. (2024). Manajemen Keuangan: Konsep, Fungsi, dan Pentingnya bagi Perusahaan. Indo-Fintech Intellectuals Journal of Economics and Business, 4(5), 2374–2385.

BAB II

ANALISIS LAPORAN KEUANGAN UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN

Jusuf Nurdin, S.Si., M.M.

PENDAHULUAN

Dalam kompetisi bisnis yang terus berkembang dan semakin rumit, perusahaan untuk mempertahankan dan memajukan eksistensinya secara esensial bertumpu pada mutu proses pengambilan keputusan yang dijalankan oleh jajaran manajerial. Setiap keputusan strategis—mulai dari lingkup diversifikasi operasional, penanaman modal pada aset baru, administrasi kewajiban finansial, hingga pembagian keuntungan kepada pemegang saham—memerlukan fondasi data yang presisi, relevan secara kontekstual, dan dapat dipercaya.

Laporan keuangan menempati posisi sebagai instrumen penting dalam arsitektur akuntansi, yang mengemban fungsi sebagai sarana komunikasi formal antara entitas bisnis dan seluruh pihak yang memiliki keterkaitan kepentingan (*stakeholders*). Melalui laporan keuangan, keadaan finansial sebuah perusahaan dalam interval waktu spesifik dapat dianalisis secara holistik, meliputi konfigurasi aset, beban, modal, kinerja profitabilitas, dan gerakan kas perusahaan.

Informasi yang terkandung dalam laporan keuangan meliputi posisi kondisi keuangan, performa operasional, fluktuasi ekuitas, serta pergerakan kas. Laporan keuangan memiliki sifat retrospektif, yang mana ia merefleksikan transaksi dan peristiwa ekonomi yang telah berlalu. Meski demikian, laporan ini memiliki kegunaan yang signifikan dalam memprediksi kondisi dan kinerja prospektif.

Analisis laporan keuangan merupakan sebuah analisis komprehensif yang bertujuan untuk mengidentifikasi kapabilitas dan kekurangan bisnis perusahaan dengan menetapkan korelasi yang terkait di antara berbagai

3. Keterkaitan dengan Operasional

Masalah keuangan biasanya berasal dari cara operasional yang dijalankan, seperti membeli bahan baku terlalu banyak, proses produksi yang tidak efisien, tingkat kehilangan barang yang tinggi, atau sistem penagihan yang tidak baik. Oleh karena itu, pemahaman yang tepat tentang laporan keuangan harus selalu dikaitkan dengan proses operasional yang menjadi penyebabnya.

DAFTAR PUSTAKA

Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management*. Boston: Cengage.

Fahmi, I. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.

Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Grasindo.

Horne, J. C. V., & Wachowicz, J. M. (2009). *Fundamentals of Financial Management*. Harlow: Pearson.

Ikatan Akuntan Indonesia. (2019). *Standar Akuntansi Keuangan: PSAK 1 Penyajian Laporan Keuangan*. Jakarta: IAI.

Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2019). *Intermediate Accounting*. Hoboken, NJ: Wiley.

Munawir, S. (2010). *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.

Subramanyam, K. R. (2014). *Financial Statement Analysis*. New York: McGraw-Hill Education.

GLOSARIUM

Aset	Sumber daya yang dimiliki perusahaan dan memberi manfaat ekonomi di masa depan.
Aset lancar	Aset yang dapat dicairkan atau digunakan dalam satu siklus operasi, seperti kas dan piutang.
Aset tidak lancar	Aset berumur manfaat lebih dari satu periode, seperti aset tetap dan investasi jangka panjang.
Liabilitas	Kewajiban perusahaan kepada pihak lain yang harus dibayar di masa depan.
Liabilitas jangka pendek	Kewajiban yang jatuh tempo dalam waktu dekat, misalnya utang dagang.
Liabilitas jangka panjang	Kewajiban yang jatuh tempo lebih dari satu periode, misalnya pinjaman bank jangka panjang.

BAB III

MANAJEMEN MODAL KERJA DAN PENGELOLAAN ARUS KAS

Karyadi, S.E., M.M.

PENDAHULUAN

Manajemen modal kerja dan pengelolaan arus kas merupakan aspek penting dalam menjaga kelangsungan operasional perusahaan. Setiap perusahaan membutuhkan dana yang cukup untuk membiayai aktivitas sehari-hari, seperti pembelian bahan baku, pembayaran gaji karyawan, pelunasan utang jangka pendek, biaya distribusi, serta kebutuhan operasional lainnya. Dana yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasional tersebut dikenal sebagai modal kerja. Menurut (Prof. Dr. Jaja Suteja, S.E., M.Si., CFRM., 2024), modal kerja memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas operasional perusahaan karena berkaitan langsung dengan pengelolaan kas, piutang, persediaan, dan kewajiban jangka pendek. Apabila modal kerja tidak dikelola dengan baik, perusahaan dapat mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek meskipun secara akuntansi perusahaan terlihat memperoleh laba.

Modal kerja berkaitan erat dengan aktiva lancar dan kewajiban lancar perusahaan. Aktiva lancar mencakup kas, piutang, persediaan, dan aset lain yang dapat dikonversi menjadi kas dalam waktu relatif singkat. Sementara itu, kewajiban lancar meliputi utang usaha, utang jangka pendek, dan kewajiban lain yang harus segera dibayar. Oleh karena itu, manajemen modal kerja berfokus pada bagaimana perusahaan mengelola keseimbangan antara aset lancar dan kewajiban lancar agar kegiatan operasional dapat berjalan lancar tanpa mengganggu likuiditas perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat (Nasution, 2023a) yang menjelaskan bahwa pengelolaan modal kerja mencakup pengaturan komponen-komponen aktiva lancar agar perusahaan mampu menjalankan kegiatan operasional

DAFTAR PUSTAKA

Dekrita, Y. A., & Goo, E. E. K. (2024). *Manajemen Keuangan Perusahaan: Teori & Praktik*. Eureka Media Aksara-Jakarta.

Halim, A. (2025). *Manajemen Keuangan Bisnis: Teori dan Aplikasinya*. Salemba Empat-Jakarta.

Hendrayanti, S., Fauziyanti, W., & Estuti, E. P. (2022). *Konsep Dasar Manajemen Keuangan*. NEM-Pekalongan.

Laksmiwati, M. (2023). *Manajemen Keuangan*. Gramedia_Jakarta.

Leon, F. M. (2020). *Mudah Memahami Manajemen Keuangan*. Salemba Empat-Jakarta.

Mulyana, A. (2023). *Manajemen Keuangan*. Widina Bhakti Persada Bandung.

Nasution, S. W. P. (2023a). *Manajemen keuangan dasar* (SYAFUL ANW). CV. Budi Utama-Yogyakarta.

Nasution, S. W. P. (2023b). *Manajemen Keuangan Dasar*. CV. Budi Utama-Yogyakarta.

Prof. Dr. Jaja Suteja, S.E., M.Si., CFRM., D. B. A. (2024). *Manajemen Modal Kerja Perusahaan* (D. Digital (ed.); 1st ed.). CV. Budi Utama-Yogyakarta.

Sopi, & Aryanto, T. (2023). *Pengantar Manajemen Keuangan*. NEM-Pekalongan.

GLOSARIUM

- **Aktiva Lancar**: Aset yang dapat diubah menjadi kas dalam waktu singkat, seperti kas, piutang, dan persediaan.
- **Arus Kas**: Aliran masuk dan keluar kas perusahaan dalam periode tertentu.
- **Arus Kas Masuk**: Penerimaan kas dari penjualan, penagihan piutang, pinjaman, atau tambahan modal.
- **Arus Kas Keluar**: Pengeluaran kas untuk biaya operasional, pembelian, utang, pajak, dan gaji.
- **Kas**: Aset paling likuid yang dapat langsung digunakan untuk pembayaran.
- **Likuiditas**: Kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek tepat waktu.
- **Manajemen Kas**: Pengelolaan penerimaan dan pengeluaran kas agar perusahaan tetap likuid.
- **Manajemen Modal Kerja**: Pengelolaan aktiva lancar dan kewajiban lancar untuk menunjang operasional perusahaan.

BAB IV

PERENCANAAN KEUANGAN DAN PENGANGGARAN

Kartika Legistari, S.Tr., Akun., M.M.

PENDAHULUAN

Perencanaan keuangan dan penganggaran merupakan elemen fundamental dalam sistem manajemen perusahaan modern yang terintegrasi. Dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis, kompleks, serta penuh ketidakpastian akibat globalisasi dan perkembangan teknologi, organisasi dituntut untuk mampu mengelola sumber daya keuangan secara strategis, sistematis, dan adaptif. Perencanaan keuangan tidak lagi dipandang sebagai aktivitas administratif semata, melainkan telah berkembang menjadi *instrument* strategis yang berperan penting dalam menentukan arah pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan.

Secara konseptual, perencanaan keuangan merupakan proses sistematis yang mencakup penentuan tujuan keuangan, identifikasi kebutuhan sumber daya, serta penyusunan strategi untuk mencapai tujuan tersebut secara efektif dan efisien (Brigham & Ehrhardt, 2020). Proses ini melibatkan berbagai aspek penting, seperti pengelolaan arus kas, perencanaan investasi, serta pengendalian risiko yang berpotensi memengaruhi stabilitas keuangan organisasi. Dengan perencanaan yang matang, perusahaan tidak hanya mampu mengoptimalkan penggunaan sumber daya, tetapi juga dapat mengantisipasi berbagai ketidakpastian yang terjadi di masa depan.

Menurut Hansen dan Mowen (2020), "*financial planning is a process that ensures resources are used effectively to achieve organizational goals*". Pernyataan ini menegaskan bahwa perencanaan keuangan memiliki peran strategis dalam memastikan bahwa seluruh sumber daya organisasi dimanfaatkan secara optimal untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Atrill, P., & McLaney, E. (2021). *Accounting and finance for non-specialists* (12th ed.) Pearson.

Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2020). *Financial management: Theory and practice* (16th ed.). Cengage Learning.

Drury, C. (2020). *Management and cost accounting* (11th ed.). Cengage Learning.

Halim, A. (2023). *Akuntansi sektor publik: Akuntansi keuangan daerah*. Salemba Empat.

Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2021). *Managerial accounting* (9th ed.). Cengage Learning.

Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2020). *Cost accounting: A managerial emphasis* (16th ed.). Pearson.

Mardiasmo. (2023). *Akuntansi sektor publik*. Andi.

Merchant, K. A., & Van der Stede, W. A. (2020). *Management control systems* (4th ed.). Pearson.

Mulyadi. (2022). *Akuntansi manajemen*. Salemba Empat.

Supriyono. (2022). *Akuntansi biaya: Pengumpulan biaya dan penentuan harga pokok*. BPFE.

GLOSARIUM

- Anggaran (*Budget*): Rencana keuangan yang disusun secara sistematis untuk periode tertentu sebagai pedoman operasional.
- Arus Kas (*Cash Flow*): Aliran masuk dan keluar kas dalam suatu periode.
- Biaya Tetap (*Fixed Cost*): Biaya yang tidak berubah meskipun volume produksi berubah.
- Biaya Variabel (*Variable Cost*): Biaya yang berubah sesuai dengan volume produksi.
- *Break Even Point* (BEP): Titik di mana pendapatan sama dengan total biaya.
- Margin Kontribusi: Selisih antara harga jual per unit dengan biaya variabel per unit.
- *Margin of Safety*: Selisih antara penjualan aktual dengan penjualan pada titik impas.
- Perencanaan Keuangan: Proses menyusun strategi pengelolaan keuangan untuk mencapai tujuan.
- Penganggaran (*Budgeting*): Proses penyusunan dan pengalokasian dana untuk kegiatan perusahaan.

BAB V

ANALISIS PASAR DAN PERILAKU KONSUMEN

Komarudin, S.Si., M.M.

PENDAHULUAN

Pasar merupakan sebuah entitas sistemik yang memfasilitasi interaksi sosial dan prosedur formal bagi pelaku usaha untuk mendistribusikan komoditas kepada khalayak dengan nilai pertukaran yang sah. Secara kontemporer, pasar tidak hanya dipandang sebagai tempat fisik, melainkan sebagai agregat konsumen—baik aktual maupun potensial—yang memiliki minat terhadap suatu layanan (Hanafi, 2024). Namun, keberhasilan penetrasi pasar tidak sekadar bergantung pada tingginya permintaan, tetapi juga ditentukan oleh kapabilitas finansial atau daya beli konsumen dalam melakukan transaksi (Nurmalina & Sarianti, 2023).

Bab ini menghadirkan kerangka kerja strategis yang dimulai dari pemahaman fundamental manajemen pemasaran hingga implementasi strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* (STP). Fokus utamanya adalah menyinergikan riset pemasaran dengan eksplorasi psikologis guna menciptakan nilai pelanggan yang berkelanjutan di tengah pergeseran gaya hidup digital.

1. Urgensi dan Cakupan Analisis Pasar

Analisis pasar didefinisikan sebagai investigasi sistematis terhadap variabel strategis seperti pemetaan lokasi, potensi ekspansi, dan identifikasi karakteristik spesifik audiens. Di era ekonomi yang saling terintegrasi, ketahanan bisnis tidak lagi bertumpu semata pada kekuatan modal, melainkan pada kemampuan pasar dalam menyerap nilai yang ditawarkan oleh perusahaan (Risal & Aqsa, 2024).

DAFTAR PUSTAKA

Accurate *Online*. (2024, Januari 10). *10 Tahapan Pemasaran yang Harus Anda Ketahui!*. Diambil dari Accurate.id.

Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2022). *Marketing: An Introduction* (15th ed.). Pearson Education.

Dealls. (2025, Januari 22). *Apa Itu Manajemen Pemasaran? Aspek, Produk, dan Proses*. Diambil dari Dealls.com.

Google, Temasek, & Bain & Company. (2024). *e-Conomy SEA 2024: Profits on the rise, harnessing SEA's advantage*. https://www.temasek.com.sg/content/dam/temasek-corporate/news-and-views/resources/reports/e_Conomy_SEA_2024_report.pdf

Hanafi, I. (2024). *Manajemen Pemasaran*. UIR Press.

Katadata. (2025, November 13). *E-commerce to contribute 72% of Indonesia's digital economy by 2025*. Databoks. https://databoks.katadata.co.id/en/technology-telecommunications/statistics/6915a7a1a625a/e-commerce-to-contribute-72-of-indonesias-digital-economy-by-2025

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025, October 7). *ASEAN digital economy framework negotiating committee meeting: Komitmen ASEAN mempercepat pertumbuhan ekonomi digital di kawasan*. https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6593/asean-digital-economy-framework-negotiating-committee-meeting-komitmen-asean-mempercepat-pertumbuhan-ekonomi-digital-di-kawasan

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management (Global Edition 16e)*. Pearson Education.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.

Majid, M., & Rizaldi, H. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit NEM.

Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research: An Applied Orientation* (7th ed.). Pearson.

Nurmalina, R., & Sarianti, T. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis*. IPB Press.

Risal, M., & Aqsa, M. (2024). *Studi Kelayakan Bisnis*. Gramedia Digital.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2023). *Consumer Behavior* (13th ed.). Pearson Education.

Solomon, M. R. (2021). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson.

Tempo.co. (2022, November 1). *Ekonomi digital Indonesia diproyeksikan sentuh 360 miliar dolar AS pada 2030*. Data Tempo. https://data.tempo.co/DataEkonomi/view/20221101070614/ekonomi-digital-indonesia-diproyeksikan-sentuh-360-miliar-dolar-as-pada-2030

Yudawisastra, H., *et al*. (2024). *Marketing Management (Analysis, Planning and Control)*. Widina Bhakti Persada Bandung.

GLOSARIUM

Berikut adalah glosari istilah-istilah penting yang terdapat dalam dokumen "BAB V: Analisis Pasar dan Perilaku Konsumen":

A. Istilah Umum Pasar & Pemasaran
   1. Analisis Pasar: Kegiatan membedah atau mempelajari masalah di pasar secara saksama, termasuk parameter letak, perluasan, dan karakteristik spesifiknya.
   2. *Customer Value* (Nilai Pelanggan): Selisih antara penilaian pelanggan terhadap semua manfaat (kualitas, layanan, citra) dan biaya (harga, waktu, usaha) dari suatu penawaran dibandingkan dengan pesaing.
   3. Manajemen Pemasaran: Seni dan ilmu memilih pasar sasaran serta membangun hubungan yang menguntungkan melalui perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, harga, promosi, dan distribusi.
   4. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran): Perpaduan taktik yang terdiri dari 4P atau 7P (*Product, Price, Place, Promotion*) untuk memberikan nilai maksimal kepada konsumen.
   5. Pasar: Sistem, prosedur, atau hubungan sosial di mana pemilik usaha menjual produk/jasa kepada konsumen (aktual maupun potensial) dengan imbalan yang sah.
   6. Riset Pemasaran: Desain, pengumpulan, analisis, dan pelaporan sistematis atas data yang relevan dengan situasi pemasaran tertentu.

B. Strategi STP
   1. *Positioning* (Pemosisian): Upaya menanamkan citra produk di benak konsumen agar memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan pesaing.
   2. *Segmentation* (Segmentasi): Seni dan ilmu membagi pasar yang heterogen menjadi kelompok pembeli yang lebih kecil (homogen) berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku.

BAB VI

STRATEGI BAURAN PEMASARAN DAN PEMASARAN DIGITAL

Tiris Sudrartono, S.E., M.M.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk mampu menyusun strategi pemasaran yang tepat, kreatif, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pemasaran tidak hanya berfungsi untuk menjual produk, tetapi juga berperan dalam menciptakan nilai, membangun hubungan dengan pelanggan, meningkatkan kepuasan, serta memperkuat daya saing perusahaan. Dalam hal ini, konsep bauran pemasaran menjadi dasar penting dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Bauran pemasaran mencakup unsur produk, harga, distribusi, dan promosi yang saling berkaitan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Konsep bauran pemasaran dikenal dengan istilah 4P**,** yaitu *product*, *price, place*, dan *promotion*. Pada pemasaran jasa, konsep ini berkembang menjadi 7P dengan menambahkan unsur *people, process*, dan *physical evidence*. Unsur-unsur tersebut membantu perusahaan dalam menyusun strategi yang lebih menyeluruh, baik untuk produk barang maupun jasa. Menurut (Ginting & Noviany, 2022). Pemasaran pada era modern harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi, serta dinamika pasar yang semakin cepat.

Materi ini membahas beberapa pokok penting, yaitu konsep bauran pemasaran 4P/7P, strategi produk dan inovasi, strategi harga, strategi distribusi, strategi promosi dan *digital marketing*, serta pengukuran kinerja pemasaran. Strategi produk dan inovasi diperlukan agar perusahaan mampu menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan memiliki keunggulan dibandingkan pesaing. Produk yang baik harus

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskan konsep bauran pemasaran 4P dan 7P. Mengapa konsep 7P lebih sering digunakan dalam pemasaran jasa?
2. Analisislah bagaimana strategi produk dan inovasi dapat membantu perusahaan mempertahankan daya saing di tengah perubahan kebutuhan konsumen.
3. Mengapa penetapan harga harus mempertimbangkan biaya produksi, harga pesaing, daya beli konsumen, dan nilai produk? Berikan contoh sederhana.
4. Bagaimana strategi distribusi yang tepat dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan peningkatan penjualan perusahaan?
5. Analisislah peran *digital marketing* dalam meningkatkan efektivitas promosi dan bagaimana perusahaan dapat mengukur keberhasilannya.

DAFTAR PUSTAKA

Amin Kuncoro, Sri darti K, A. J. (2025). *marektingManajemen Pemasaran Digital*. Eureka Media Aksara-Purbalimgga.

Amin Kuncoro. (2024). *Konektifitas Pemasan*. Eureka Media Aksara-Purbalimgga.

Ginting, N., & Noviany, H. (2022). *Manajemen Pemasaran di Era 4.0*. Eureka Media Aksara-Purbalimgga.

Harsasi, M., & Si, M. (2022). *Inovasi dan Strategi Produk*. Univeritas terbuka.

Kotler, P. (2012). *Buku Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, Manajemen Dan Strategi Pemasaran Dalam Bisnis* (Issue September 2020).

Muis, I., & Jusuf, D. I. (2025). *Kinerja Pemasaran UKM di Indonesia*. Deepublish Digital-Yogyakarta.

Nasrudin, I. (2024). *Digital Marekting, Konsep Implementasi,Prilaku Konsumen dan Strategi*. CV. Widina-Bandung.

Rizan, M., Nurranto, H., Sihotang, D. S., Abdullah, M. A. F., Hanny, R., dkk. (2025). *Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Implementasi*. Widina Media Utama-Bandung.

Sudiarti, S., Turi, L. O., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Susilawati, E., Juminawati, S., & Sukrisno, A. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Eureka Media Aksara-Purbalimgga.

Sudrartono, T., SOegoto, A. Su., Lumanauw, N., Malihah, L., Mokoginta, S. C., Syahputra, Sudirman, A., Agustini, I. G. A. A., Putra, A. R., & Triwardhani, D. (2020). Manajemen Pemasaran Jasa. In *Suparyanto dan Rosad (2015* (Vol. 5, Issue 3).

Tan, G. H. (2025). *Manajemen Pemasaran*. CV. Pohon Cahaya-Jakarta.

BAB VII

PERENCANAAN & PENGADAAN SUMBER DAYA MANUSIA

Sa'ad Noor, Drs., M.M.

PENDAHULUAN

Manajemen Sumber Daya Manusia sebagai salah satu cabang ilmu manajemen yang fokus mengelola Sumber Daya Manusia mengalami perkembangan yang pesat sejalan dengan pergeseran peran *manager* SDM di Organisasi/Perusahaan serta sejalan dengan perubahan cara pandang posisi manusia dalam Organisasi.

Pergeseran peran Manajer SDM yang semula hanya sebagai manajer personalia dengan kesan hanya mengelola administratif kepegawaian saja menjadi berperan sebagai *Administratif Expert, Employee Champion, Change Agent* dan *Strategic Partner* yang kemudian bergeser lagi dengan peran sebagai *Business Partner*.

Seiring dengan perkembangan peran Manajer SDM sebagaimana dipaparkan di atas, perubahan dan pergeseran juga terjadi pada pandangan dalam memposisikan manusia dalam organisasi. Manusia semula diposisikan sebagai sumber daya *(resources)* yang sejajar dengan Material dan Money dalam konsep 5 M (*Man, Machine, Material, Money, Methode*) kemudian bergeser menjadi diposisikan sebagai pengelola faktor produksi lainnya (pengelola dari M lainnya yakni *Machine, Money, Material, Metode*) dan kemudian bergeser lagi dan dianggap sebagai Modal *(Capital)* yang mempunyai posisi lebih tinggi dibandingkan dengan sumber daya lainnya.

Manajemen Sumber Daya Manusia disingkat (MSDM) menjadi salah satu pilar utama dalam menopang keberlangsungan bisnis perusahaan. Bisnis Perusahaan sekarang ini dihadapkan pada dinamika perubahan lingkungan yang tidak menentu yang dikenal dengan singkatan kondisi

DAFTAR PUSTAKA

Alvaro Turriago, Ulf Thoene, Surendra Arjoon. (2016). *Knowledge Workers and Virtues in Peter Drucker's Management Theory*, Sage Journals.

Dave Ulrich, (2020). *HR's ever-emerging contribution*. Strategic HR Review, Elsevier.

Dave Urlich.(2018). Building Capability: How to Implement a Strategic HR Business Partner Role, The RBL Group.

Ika Nurfitriani Listyanti, (2023), *Knowledge Sharing Behavior, Team Climate, and Organizational Learning Culture as Predictors of Innovative Work Behavior, a Case Study of Telecommunciation Company*, Koleksi digital milik UPT Perpustakaan ITB.

BAB VIII

PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN SDM

Kasino Martowinangun, S.Sos., M.M.

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia (SDM) adalah aset berharga yang dimiliki perusahaan, merupakan penggerak dalam berpikir dan perencana dalam mencapai tujuan organisasi atau perusahaan, sehingga organisasi atau perusahaan harus memperhatikan pelatihan dan pengembangan pegawai guna meningkatkan kemampuan dan kompetensi karyawannya, sehingga mereka dapat memiliki keahlian tambahan atau dapat mengetahui potensi apa yang ada di dalam dirinya. Karenanya mereka harus menyadari bahwa mereka adalah aset berharga bagi perusahaan, yang memberikan kontribusi terhadap perkembangan dan kinerja perusahaan

RINCIAN PEMBAHASAN MATERI

A. KONSEP PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA

Program pelatihan dan pengembangan Sumber Daya Manusia adalah salah satu cara untuk meningkatkan kapasitas karyawan. Pelatihan dan pengembangan adalah proses sistematis untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan sikap karyawan agar lebih efektif dalam pekerjaan.

Pelatihan karyawan berfokus pada kebutuhan teknis (*technical skills*) dan (*hard skills*) jangka pendek, sedangkan pengembangan berfokus pada persiapan peningkatan kapasitas karyawan untuk tanggung jawab jangka panjang di masa depan.

Pelatihan mengacu pada upaya terencana perusahaan untuk memfasilitasi pembelajaran kompetensi, pengetahuan, keterampilan, dan perilaku yang berhubungan dengan pekerjaan karyawan, yang bertujuan agar karyawan menguasai pengetahuan, keterampilan, dan perilaku yang

bidang mudah untuk didapatkan. Maka perubahan dan perkembangan organisasi atau perusahaan sangat cepat dan mampu merubah tatanan bisnis yang cepat pula.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Sejauh mana anda memahami tentang program pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia?
2. Dalam menyusun program pelatihan dan pengembangan SDM, faktor-faktor apa saja yang harus dimasukkan kedalam unsur pembuatan program tersebut?
3. Dalam era bisnis saat ini, metoda apa yang memadai untuk diterapkan dalam program pelatihan dan pengembangan SDM disesuaikan dengan kondisi generasi kerja saat ini?
4. Perubahan bisnis menuntut kinerja karyawan yang energik dan adaptif terhadap perubahan yang sangat cepat, model pelatihan dan pengembangan seperti apa yang sesuai dengan kebutuhan saat ini?
5. Dinamika organisasi dan perusahaan berkembang cepat, sejauh mana keterkaitan strategi perusahaan dengan kebutuhan pelatihan dan pengembangan SDM?

DAFTAR PUSTAKA

Bariqi, M. D. (2018). Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, *5*(2), 64–69. https://doi.org/10.21107/jsmb.v5i2.6654

Dessler, G. (2020). *Human Resource Management* (16th ed.). Pearson.

Hidayat, R., & Budiatma, J. (2018). Education and Job Training on Employee Performance. *International Journal of Social Sciences and Humanities (IJSSH)*, *2*(2). https://doi.org/10.29332/ijssh.v2n1.140

Kurniawati. (2020). *Pengembangan Sumber Daya Manusia* (1st ed.). Universitas Terbuka.

Noe, R. A. (2020). *Employee Training & Development* (8th ed.). Mc Graw Hill Education. Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2011). *Fundamentals of Human*

Nuraini, E., Hermawan, A., Hubeis, A. V., & Panjaitan, N. K. (2016). Kajian Evaluasi Pelatihan Program Pengembangan Manajemen. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, *14*(2). https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.2.07

Resource Management (4th ed.). McGraw-Hill Companies.

Sendawula, K., Nakyejwe Kimuli, S., Bananuka, J., & Najjemba Muganga, G. (2018).

Sumber:https://hr.proxsisgroup.com/evaluasi-pelatihan-4-model-roi-dampak-nyata/

Training, employee engagement and employee performance: Evidence from Uganda's health sector. *Cogent Business and Management*, *5*(1), 1–12. https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1470891

Wiliandari, Y. (2014). Rancangan Pelatihan dan Pengembangan SDM yang Efektif. *Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi*, *12*, 93–110.

BAB IX

MANAJEMEN KINERJA DAN KOMPENSASI

Dian Candra Fatihah, S.P., M.M.

PENDAHULUAN

Di era bisnis saat ini, perusahaan bisnis harus mampu harus mengelola sumber daya mereka secara efektif dan efisien agar dapat bersaing dalam lingkungan komersial yang semakin kompleks dan dinamis. Sumber daya manusia merupakan salah satu aset paling berharga suatu organisasi karena secara langsung berkontribusi pada pelaksanaan berbagai tugas organisasi dan pencapaian tujuan perusahaan. Oleh sebab itu manajemen sumber daya manusia harus diimplementasikan secara sistematis dengan menggunakan berbagai strategi dan aturan manajemen yang sesuai dan tepat. Manajemen kinerja adalah salah satu strategi yang sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan bisnis modern saat ini.

Perusahaan-perusahaan bisnis menggunakan manajemen kinerja untuk memastikan bahwa semua aktivitas kerja karyawan selaras dengan tujuan strategis yang telah ditetapkan. Untuk meningkatkan kinerja karyawan, prosedur ini melibatkan perencanaan kinerja, pengukuran kinerja, evaluasi kinerja, dan umpan balik. Menurut Armstrong dan Taylor (2020), manajemen kinerja adalah aktivitas berkelanjutan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja individu dan organisasi melalui komunikasi kepemimpinan-karyawan yang efisien. Organisasi dapat memastikan sejauh mana karyawan berkontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan dengan menggunakan sistem manajemen kinerja yang terorganisir dengan baik.

Suatu organisasi dapat memperoleh banyak manfaat dari penerapan manajemen kinerja yang tepat. Organisasi dapat menggunakan pendekatan ini untuk menetapkan standar kerja yang jelas, melacak kemajuan kinerja karyawan, dan mengidentifikasi area yang membutuhkan pengembangan sumber daya manusia. Selain itu, manajemen kinerja berkontribusi pada

DAFTAR PUSTAKA

Aguinis, H. (2019). *Performance management* (4th ed.). *Chicago Business Press.*

Armstrong, M., & Baron, A. (2005). *Managing Performance: Performance Management in Action. London: CIPD.*

Armstrong, M., & Taylor, S. (2020). *Armstrong's handbook of human resource management practice (15th ed.). London: Kogan Page*

Dessler, G. (2020). *Human Resource Management. Pearson Education.*

Hameed, A., Ramzan, M., Zubair, H. M. K., Ali, G., & Arslan, M. (2014). *Impact of compensation on employee performance (Empirical evidence from banking sector of Pakistan). International Journal of Business and Social Science, 5(2)*

Hasibuan, M. S. P. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.

Kadarisman, M. (2018). Manajemen Kompensasi. Jakarta: Rajawali Pers.

Mangkunegara, A. A. A. P. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Remaja Rosdakarya.

Maslow, A. H. (1954). Motivation and Personality. New York: Harper & Row.

Pratama, A. A., & Surya, I. B. K. (2019). Pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan melalui motivasi kerja sebagai variabel mediasi. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 8(3), 1532–1561.

Rivai, V., & Sagala, E. J. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan. Rajagrafindo Persada.

Siagian, S. P. (2014). Teori Motivasi dan Aplikasinya. Jakarta: Rineka Cipta.

Wibowo. (2017). Manajemen Kinerja. Jakarta: Rajawali Pers.

REFERENSI

https://www.linkedin.com/pulse/performance-management-cycle-model-kazi-adnan-raihan?utm_source=chatgpt.com)

https://www.linkedin.com/pulse/human-resource-management-functions-performance-2-ashish-agarwal?utm_source=chatgpt.com

GLOSARIUM

- ***Result-oriented***: Pendekatan penilaian berbasis hasil
- ***Equity***: Prinsip keadilan atau kewajaran dalam memperlakukan karyawan, terutama dalam hal penilaian kinerja, pemberian kompensasi (gaji, bonus, insentif), promosi atau penghargaan

BAB X

KEPEMIMPINAN, BUDAYA ORGANISASI, DAN SINERGI BISNIS

Nuniek Dewi Pramanik, S.E., M.M.

PENDAHULUAN

Dunia bisnis modern berada dalam fase *Great Instability*. Konvergensi teknologi kecerdasan buatan (AI), pergeseran demografis angkatan kerja (Gen Z), dan ketidakpastian ekonomi global menuntut organisasi untuk tidak sekadar bertahan, tetapi melenting (*resilient*). Model manajemen kaku yang mengandalkan hierarki mulai ditinggalkan, digantikan oleh struktur yang lincah (*agile*) dan berbasis kolaborasi. Perusahaan tidak lagi hanya bersaing melalui produk atau harga, tetapi juga melalui kualitas manajemen, kepemimpinan, serta kemampuan organisasi membangun budaya kerja yang kuat dan kolaboratif. Dalam konteks tersebut, kepemimpinan, budaya organisasi, dan sinergi bisnis menjadi tiga elemen strategis yang saling berkaitan dalam menentukan keberhasilan organisasi.

Kepemimpinan berperan penting dalam mengarahkan organisasi menuju tujuan yang telah ditetapkan. Pemimpin tidak hanya bertugas mengambil keputusan, tetapi juga membangun visi, memotivasi anggota organisasi, serta menciptakan lingkungan kerja yang produktif. Kepemimpinan yang efektif mampu meningkatkan kinerja individu maupun tim sehingga organisasi dapat berkembang secara berkelanjutan. Selain kepemimpinan, budaya organisasi juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi perilaku kerja anggota organisasi. Budaya organisasi mencerminkan nilai, norma, dan kebiasaan yang berkembang dalam lingkungan kerja. Budaya yang positif dapat mendorong kerja sama, komitmen, serta inovasi dalam organisasi.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Bagaimana perubahan lingkungan bisnis modern, seperti perkembangan teknologi kecerdasan buatan dan perubahan demografi tenaga kerja, mempengaruhi cara organisasi dalam mengelola kepemimpinan dan budaya kerja?
2. Mengapa kepemimpinan memiliki peran penting dalam membentuk budaya organisasi dan menciptakan sinergi bisnis dalam suatu organisasi? Jelaskan keterkaitan di antara ketiganya.
3. Setiap gaya kepemimpinan memiliki karakteristik yang berbeda. Menurut Anda, gaya kepemimpinan mana yang paling efektif diterapkan dalam organisasi modern yang menuntut kolaborasi dan inovasi? Berikan alasan.
4. Bagaimana komunikasi organisasi yang efektif dapat mendukung terciptanya hubungan industrial yang harmonis antara manajemen dan karyawan? Jelaskan dampaknya terhadap kinerja organisasi.
5. Jelaskan pentingnya integrasi antara fungsi keuangan, pemasaran, dan manajemen sumber daya manusia (MSDM) dalam meningkatkan kinerja organisasi serta kaitannya dengan konsep sinergi bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Mangkunegara, A. A. A. P. (2017). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Remaja Rosdakarya.

Northouse, P. G. (2018). *Leadership: Theory and practice* (8th ed.). Sage Publications.

Putra, I. W. G. Y., & Dewi, A. A. S. K. (2019). Pengaruh kepemimpinan dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 8*(4), 2165–2193.

Rivai, V., & Mulyadi, D. (2012). *Kepemimpinan dan perilaku organisasi*. Rajawali Pers.

Setiawan, A., & Kartika, E. W. (2014). Pengaruh gaya kepemimpinan transformasional dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Ilmu Manajemen, 2*(3), 1–12.

Sunyoto, D. (2015). *Manajemen dan pengembangan sumber daya manusia*. CAPS.

Sutrisno, E. (2019). *Manajemen sumber daya manusia*. Kencana.

Wibowo. (2016). *Budaya organisasi: Sebuah kebutuhan untuk meningkatkan kinerja jangka panjang*. Rajawali Pers.

PROFIL PENULIS

Euis Hernawati, S.E., M.M.



Penulis adalah staf pengajar pada Prodi Administrasi Keuangan di Politeknik Piksi Ganesha. Meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi dari Universitas Sangga Buana (dulu Sekolah Tinggi Ekonomi YPKP) tahun 1992, dan mendapatkan gelar Magister Manajemen dari STIMA IMMI tahun 2007. Mata kuliah yang diampu adalah Akuntansi Keuangan, Akuntansi *Intermedite*, Akuntansi Biaya, Manajemen Keuangan, Penganggaran Perusahaan dan Analisa Laporan Keuangan. Disamping mengajar juga menjadi Ketua Program studi Administrasi Keuangan pada Politeknik Piksi Ganesha pada tahun 2025 serta aktif sebagai *manager* editor pada jurnal ilmiah JEBS. Kegiatan menulis buku dan artikel merupakan hal yang menyenangkan di saat waktu yang luang.

Jusuf Nurdin, S.Si., M.M.



Penulis lahir di Bandung, Menyelesaikan pendidikan S1 Fisika di Universitas Indonesia UI dan pendidikan S2 Manajemen Keuangan di STIMA IMMI Jakarta, Saat ini penulis Aktif sebagai dosen tetap di Politeknik Piksi Ganesha Bandung pada Program Studi Administrasi Keuangan, menjadi salah satu penulis buku Manajemen Perusahaan Modern, Seri Kewirausahaan *"Bangkitkan Semangat, Ciptakan Peluang"*, serta aktif sebagai penulis jurnal di bidang manajemen, Keuangan, dan Perbankan.

Kartika Legistari, S.Tr., Akun., M.M.



Penulis adalah seorang pendidik, praktisi bisnis, dan penulis yang memiliki ketertarikan besar pada isu kehidupan sehari-hari, keuangan personal, serta dinamika sosial masyarakat modern. Berbekal pengalaman sebagai dosen dan pelaku usaha, ia banyak berinteraksi dengan berbagai lapisan masyarakat yang menghadapi tantangan serupa dalam mengelola kehidupan, karier, dan keuangan di tengah perubahan zaman yang semakin cepat. Kartika menyelesaikan pendidikan Diploma IV Komputerisasi

Akuntansi di Politeknik Piksi Ganesha serta meraih gelar Magister Manajemen Pemasaran dari STIMA IMMI Jakarta. Latar belakang akademik dan pengalaman profesional tersebut membentuk sudut pandangnya dalam melihat berbagai persoalan ekonomi, perilaku konsumen, serta kebiasaan finansial masyarakat dari sisi yang lebih dekat dan realistis.

Karyadi, S.E., M.M.



Penulis lahir di Subang pada 16 Mei 1968. Merupakan akademisi dan penulis di bidang akuntansi serta manajemen keuangan. Menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Akuntansi di Universitas Langlang Buana pada tahun 1998 dan S2 Jurusan Manajemen Keuangan di Sekolah Tinggi Manajemen IMMI pada tahun 2009. Sejak tahun 2009, Aktif sebagai dosen di Politeknik Piksi Ganesha pada Program Studi Komputerisasi Akuntansi. Selain menulis buku Akuntansi untuk UMKM, juga aktif melakukan penelitian di bidang keuangan dan perbankan syariah, antara lain mengenai struktur modal, profitabilitas, literasi riba, produk perbankan syariah, aktiva, laba bersih, dan harga saham PT Ultrajaya Tbk periode 2011–2022.

Komarudin, S.Si., M.M.



Penulis akrab disapa Komar, lahir di Bandung pada tahun 1971. Penulis menyelesaikan studi S1 sebagai Sarjana Kimia di Institut Teknologi Bandung dan meraih gelar Magister Manajemen dari Universitas Padjadjaran Bandung. Dengan pendidikan yang diperoleh dan kemampuan organisasi selama di sekolah dahulu, penulis juga matang di dunia industri khususnya di Pelaku Usaha "*food & Beverages*", karena penulis pernah bekerja di PT Coca Cola Amatil Indonesia *West Java*, PT. RSE, dan PT Nuansa Aluminium.

Selain Aktif di dunia industri penulis juga aktif sebagai Dosen Tetap di Politeknik Piksi Ganesha Bandung Prodi Akuntansi Keuangan dan Tutor Aktif Universitas Terbuka dan sempat menjadi dosen luar biasa Prodi Teknik Informatika di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, serta Universitas Jendral Ahmad Yani. Penulispun aktif dalam mengembangkan ilmunya dengan menjalankan bisnis retail dan konsultan.

Tiris Sudrartono, S.E., M.M.



Penulis lahir di Bandung, Menyelesaikan pendidikan S1 Manajemen Bisnis dan pendidikan S2 Manajemen Perusahaan di IKOPIN University Jatinangor Sumedang Jawa Barat, Saat ini penulis Aktif sebagai dosen tetap di Politeknik Piksi Ganesha Bandung pada Program Studi Produksi Media, Menulis beberapa artikel ilmiah tentang Bisnis Digital dan manajemen pemasaran di Jurnal nasional terindex kemenristekdikti dan jurnal internasional bereputasi, penulis juga sebagai penulis buku Manajemen Bisnis dalam Artikel Hasil Penelitian, Manajemen Perusahaan Modern, Ulasan Manajemen Bisnis dan Manajemen Pemasaran Jasa serta Pemasaran Digital.

Sa'ad Noor, Drs., M.M.



Penulis lahir di kota Kudus pada tahun 1967. Alumni S1 STIA LAN RI Bandung Administrasi Niaga, dan S2 Magister *Management* di Universitas Padjadjaran Bandung. Penulis adalah dosen tetap di Program Studi AKE-Administrasi Keuangan Politeknik Piksi Ganesha sejak tahun 2015 hingga sekarang yang mengampu mata kuliah Metodologi Penelitian, Manajemen Pemasaran dan Manajemen SDM. Selain sebagai akademisi penulis juga sebagai Praktisi Manajemen SDM dengan Jabatan terakhir sebagai *Manager* Pengembangan Organisasi & Sistem SDM pada salah satu BUMN – Badan Usaha Milik Negara di Bandung sejak 2003 sampai dengan 2022.

Selaras dengan bidang sebagai praktisi Penulis juga menekuni profesi sebagai Assesor kompetensi BNSP (MET.000.000110 2020) Bidang Manajemen SDM di LSP HCMI-Lembaga Sertifikasi Profesi *Human Capital Management* Indonesia sejak tahun 2020 hingga sekarang. Penulis juga menjadi anggota dari IASPRO – Ikatan Assesor Profesional Indonesia dengan No. Anggota: IASPRO.2024.01.02853. Sebagai seorang Asesor penulis mempunyai pengalaman melaksanakan asesmen individu lebih dari 30 asesmen dengan tidak kurang dari 125 Asesi pada tingkat staf sampai dengan tingkat Manajer. Selain Asesor individu penulis juga mempunyai pengalaman sebagai asesor dan melaksanakan asesmen HCMA – *Human Capital Maturity Asesment* atau asesmen tingkat kematangan penerapan pengelolaan MSDM sejumlah 3 asesmen pada 15 Entitas yang berada di lingkungan BUMN.

Kasino Martowinangun, S.Sos., M.M.



Penulis lahir di Kebumen, 11 Oktober 1968. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Akademi Keuangan (AKE), Politeknik Piksi Ganesha Bandung. Menyelesaikan pendidikan S1 di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) LAN RI Bandung pada Jurusan Administrasi Niaga, melanjutkan jenjang S2 pada Jurusan Manajemen Sumber Daya Manusia, Universitas Winaya Mukti Bandung. Penulis menekuni bidang kewirausahaan dan bisnis. Selain sebagai praktisi bisnis, dan sebagai Direktur PT MITRA GRAHA INTI UTAMA, perusahaan afiliasi PT INTI Persero, juga aktif sebagai pengajar di perguruan tinggi.

Dian Candra Fatihah, S.P., M.M.



Penulis merupakan Dosen Tetap pada Prodi Administrasi Keuangan Politeknik Piksi Ganesha Bandung dari tahun 2015-sekarang. Penulis menjabat sebagai Sekretaris Prodi Administrasi Keuangan tahun 2025-sekarang. Saat ini Penulis aktif sebagai pengelola jurnal JEBS serta auditor SPMI (Sistem Penjaminan Mutu Internal) di Politeknik Piksi Ganesha.

Nuniek Dewi Pramanik, S.E., M.M.



Penulis yang memiliki nama lengkap Nuniek Dewi Pramanik ini lahir di kota Bandung pada tahun 1989. Dia adalah alumni S1 Ekonomi Pembangunan di Universitas Pasundan dan S2 Manajemen Sumber Daya Manusia di STIMA IMMI Jakarta. Penulis adalah dosen tetap di Fakultas Ekonomi Bisnis Politeknik Piksi Ganesha sejak tahun 2016 hingga sekarang, dan juga memiliki pengalaman mengajar di beberapa kampus swasta seperti Universitas Pasundan, Universitas Terbuka (UT), Stikes Bhakti Kencana Bandung dan Akademi Kebidanan Isma Husada Cirebon. Kegiatan lain disamping sebagai pendidik, penulis juga berwirausaha di bidang produksi peralatan gelas laboratorium " CV. *Dichandra Labglass*" yang dirintis bersama suami sejak tahun 2010. Penulis juga terdaftar sebagai member dari Persatuan Dosen Manajemen Indonesia (PDMI). Penulis telah berkolaborasi dalam penulisan buku sebanyak 8 buku dari tahun 2020 hingga 2026 tentang kearsipan, manajemen, bisnis dan media pembelajaran.

MANAJEMEN BISNIS TERINTEGRASI

Sinergi Keuangan, Pemasaran, dan Sumber Daya Manusia

Di tengah dinamika pasar global yang kian kompleks, keberhasilan sebuah organisasi tidak lagi ditentukan oleh performa satu departemen secara terisolasi, melainkan oleh kekuatan integrasi antar lini strategis. Buku "Manajemen Bisnis Terintegrasi: Sinergi Keuangan, Pemasaran, Dan Sumber Daya Manusia" hadir sebagai panduan komprehensif untuk memahami bagaimana tiga pilar utama bisnis saling bertautan dalam menciptakan nilai yang berkelanjutan.

Secara sistematis, buku ini membedah aspek fundamental manajemen keuangan mulai dari analisis laporan hingga perencanaan anggaran yang akurat sebagai fondasi pengambilan keputusan. Pembahasan kemudian berlanjut pada strategi pemasaran modern yang berbasis pada pemahaman perilaku konsumen serta adaptasi pemasaran digital di era disrupsi. Melengkapi aspek teknis tersebut, buku ini memberikan porsi mendalam pada pengelolaan modal manusia mulai dari pengadaan, pengembangan kompetensi, hingga manajemen kinerja sebagai penggerak utama operasional perusahaan.

Ditutup dengan pembahasan mengenai kepemimpinan dan budaya organisasi, buku ini menawarkan perspektif holistik bagi para akademisi, praktisi, maupun pemilik bisnis dalam membangun sinergi operasional yang kokoh. Inilah referensi esensial bagi siapa pun yang ingin menguasai seni mengelola bisnis secara terintegrasi demi mencapai keunggulan kompetitif yang nyata.

www.penerbitwidina.com
@penerbitwidina
penerbit widina
penerbitwidina@gmail.com
widina store
widina bookstore

Layanan Pembaca & Penerbitan Buku
0815-7000-699

SCANME

Manajemen & Bisnis

ISBN 978-634-317-096-9

9 786343 170969