

Dr. Tamamudin, MM

PENGANTAR MANAJEMEN DAN BISNIS

Dr. Tamamudin, MM

PENGANTAR MANAJEMEN DAN BISNIS

Buku "Pengantar Manajemen dan Bisnis" hadir sebagai panduan komprehensif bagi siapa pun yang ingin memahami prinsip-prinsip dasar manajemen dan bisnis di era modern. Disusun dengan pendekatan yang sistematis dan mudah dipahami, buku ini menggabungkan teori manajemen klasik dengan praktik serta tren terkini dalam dunia usaha dan organisasi.

Melalui pembahasan yang terstruktur, pembaca akan diajak menelusuri konsep-konsep dasar manajemen, fungsi-fungsi utama seperti perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian, hingga aspek-aspek penting dalam bisnis seperti strategi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, dan kewirausahaan.

Dilandasi oleh referensi akademik dan pengalaman praktis di bidangnya, buku ini tidak hanya relevan bagi mahasiswa dan akademisi, tetapi juga bermanfaat bagi praktisi bisnis yang ingin memperluas wawasan dan memperdalam pemahaman tentang dinamika manajemen di era digital.

Dengan gaya penyajian yang lugas dan aplikatif, "Pengantar Manajemen dan Bisnis" menjadi sumber bacaan yang tepat untuk membangun fondasi pengetahuan sekaligus inspirasi dalam menerapkan konsep-konsep manajemen secara nyata di dunia profesional maupun akademik.



UIN Gus Dur Press
+62 851-7531-1620
publishing@uingusdur.ac.id



Dr. Tamamudin, MM

PENGANTAR MANAJEMEN DAN BISNIS



PENGANTAR MANAJEMEN DAN BISNIS

Penulis: Dr. Tamamudin, MM

Editor: Ira Farmawati, S.Pd.I

Layout & Desain Cover: Taufik Abdillah

Cetakan Pertama: Oktober 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Diterbitkan oleh :



UIN Gus Dur Press

+62 851-7531-1620

publishing@uingusdur.ac.id

ISBN

viii + 320 halaman

15,5 x 23 cm

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk
dan dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

PENGANTAR PENULIS

Puji syukur ke hadirat Allah Swt. atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga buku "**Pengantar Manajemen dan Bisnis**" ini dapat tersusun dan hadir di tangan para pembaca. Buku ini ditulis dengan tujuan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai prinsip-prinsip manajemen dan bisnis, serta relevansinya dalam dunia usaha dan organisasi di era modern.

Manajemen dan bisnis merupakan dua bidang yang saling berkaitan dan terus berkembang seiring dengan dinamika lingkungan global. Konsep-konsep manajemen klasik yang diperkenalkan oleh para pemikir terdahulu tetap menjadi fondasi utama dalam pengelolaan organisasi, namun berbagai inovasi dan perkembangan teknologi turut mempengaruhi cara bisnis dijalankan di era digital saat ini. Oleh karena itu, buku ini mencoba mengombinasikan teori fundamental dengan tren dan praktik terkini dalam dunia bisnis dan manajemen.

Buku ini disusun secara sistematis agar mudah dipahami oleh mahasiswa, akademisi, praktisi, serta siapa pun yang ingin memperdalam wawasan tentang manajemen dan bisnis. Bab-bab dalam buku ini mencakup konsep dasar manajemen, fungsi-fungsi utama manajemen, serta aspek-aspek bisnis yang meliputi strategi, pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, hingga kewirausahaan.

Dalam penyusunan buku ini, penulis mengacu pada berbagai referensi akademik dan pengalaman praktis di bidang manajemen dan bisnis. Harapannya, buku ini dapat menjadi sumber bacaan yang bermanfaat, memberikan wawasan yang komprehensif, serta menjadi pijakan bagi pembaca dalam memahami dan menerapkan konsep-konsep manajemen dalam kehidupan profesional maupun akademik.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan edisi berikutnya. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan berkontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen dan bisnis di Indonesia.

Selamat membaca

Dr. Tamamudin, MM

DAFTAR ISI

PENGANTAR PENULIS	iii
DAFTAR ISI	v
BAB I KONSEP DASAR MANAJEMEN.....	1
A. Definisi Manajemen.....	1
B. Fungsi Utama Manajemen	5
C. Sejarah dan Teori Manajemen	8
D. Manajemen Modern dan Perkembangan Terkini.....	14
E. Tipe dan Ketrampilan Manajer	18
BAB II PERENCANAAN DALAM MANAJEMEN	24
A. Pengertian Perencanaan	24
B. Jenis-jenis Perencanaan.....	26
C. Perencanaan dalam Manajemen.....	35
D. Strategi dan Tujuan Bisnis	37
BAB III PENGORGANISASIAN	41
A. Pengertian Pengorganisasian.....	41
B. Tujuan Pengorganisasian	43
C. Desain struktur Organisasi	48
D. Implementasi Pengorganisasian dalam Perusahaan.....	64
E. Pengelolaan Sumber Daya Manusia	69

BAB IV PENGENDALIAN.....	76
A. Pengertian Pengendalian dalam Manajemen	76
B. Tujuan Pengendalian dalam Manajemen	78
C. Manajemen Risiko	85
D. Hubungan antara Manajemen Risiko dan Pengendalian: Perspektif Teoretis dan Praktis	87
BAB V HAKIKAT BISNIS DAN MANAJEMEN	91
A. Pengertian Bisnis.....	91
B. Tujuan dan Fungsi Bisnis dalam Perekonomian.....	95
C. Hubungan Bisnis dan Manajemen	98
D. Peran Bisnis dalam Pembangunan Berkelanjutan.....	102
BAB VI ENTITAS BISNIS.....	106
A. Pengertian.....	106
B. Jenis-Jenis Entitas Bisnis	107
C. Entitas Lain Dari Bisnis	116
D. Etika Bisnis	133
BAB VII LINGKUNGAN BISNIS DAN BUDAYA ORGANISASI	140
A. Lingkungan Bisnis: Konsep dan Dimensi.....	141
B. Analisis Lingkungan Bisnis	157
C. Budaya Organisasi: Konsep dan Peran	162
D. Tipe-Tipe Budaya Organisasi	167
E. Hubungan Lingkungan Bisnis dan Budaya Organisasi....	173
F. Membangun Budaya Adaptif terhadap Lingkungan	175

BAB VIII PEMASARAN	179
A. Pengertian.....	179
B. Evolusi Konsep Pemasaran.....	179
C. Elemen Utama Pemasaran	206
D. Strategi Pemasaran.....	207
E. Riset Pasar.....	210
BAB IX KEUANGAN DALAM BISNIS	215
A. Pengertian Keuangan dalam Bisnis.....	215
B. Perencanaan Keuangan	216
C. Manajemen Risiko Keuangan	221
D. Konsep Nilai Waktu dari Uang.....	234
BAB X KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI.....	237
A. Konsep Dasar Kewirausahaan	237
B. Proses Kreativitas dan Inovasi Bisnis	241
C. Perencanaan Usaha dan Business Plan	263
D. Sumber Pembiayaan Usaha Kecil	266
E. Start-Up dan Teknologi Digital.....	271
F. Ekosistem Kewirausahaan	275
BAB XI TREN DAN TANTANGAN DALAM BISNIS MODERN	278
A. Digitalisasi dan Transformasi Bisnis	280
B. Bisnis Berbasis Platform Dan Ekonomi Sharing	284
C. Bisnis Hijau Dan Berkelanjutan.....	288
D. Globalisasi dan Perdagangan Internasional	292

E. Etika, Gender, dan Inklusi dalam Bisnis.....	297
F. Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial	301
G. Masa Depan Manajemen di Era AI.....	312
DAFTAR REFERENSI	318

BAB I

KONSEP DASAR MANAJEMEN

A. Definisi Manajemen

Manajemen dapat didefinisikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien. Sumber daya yang dimaksud mencakup manusia, uang, informasi, dan material. Dalam konteks organisasi, manajemen menjadi kunci untuk mengarahkan aktivitas dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang ada. Dalam konteks ini, manajemen mencakup berbagai aktivitas yang bertujuan untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya—baik manusia, finansial, maupun material. Manajemen berperan sebagai pengarah, memastikan bahwa setiap elemen dalam organisasi bekerja secara sinergis untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dengan pendekatan yang terstruktur, manajemen membantu organisasi menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di pasar.

Pengertian manajemen bisa dilihat dari berbagai perspektif. Dari sisi fungsional, manajemen adalah serangkaian fungsi yang mencakup perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*leading/directing*), dan pengendalian (*controlling*). Dari sisi seni, manajemen bisa diartikan sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Sedangkan dari sisi ilmu, manajemen adalah disiplin yang berbasis teori dan praktik yang berkembang terus menerus seiring waktu.

DAFTAR REFERENSI

- Barney, J. (1991). *Firm resources and sustained competitive advantage*. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2015). *Contemporary Business* (15th ed.). Wiley.
- Brammer, S., Jackson, G., & Matten, D. (2012). Corporate social responsibility and institutional theory: New perspectives on private governance. *Socio-Economic Review*, 10(1), 3–28.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268–295.
- Christensen, C. M., Baumann, H., Ruggles, R., & Sadtler, T. M. (2006). Disruptive innovation for social change. *Harvard Business Review*, 84(12), 94–101.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Eisner, A. B. (2007). *Strategic management: Creating competitive advantages*. *Academy of Management Learning & Education*, 6(1), 124–127.
- Drucker, P. F. (1994). The theory of the business. *Harvard Business Review*, 72(5), 95–104.
- Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental Quality Management*, 8(1), 37–51.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2007). Managing for stakeholders: Survival, reputation, and success. *Journal of Business Ethics*, 45(3), 207–215.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2021). *Business Essentials* (12th ed.). Pearson.

- Hillman, A. J., & Keim, G. D. (2001). Shareholder value, stakeholder management, and social issues: What's the bottom line? *Strategic Management Journal*, 22(2), 125–139.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Jones, G. R., & George, J. M. (2020). *Essentials of Contemporary Management* (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Katz, J. A., & Green, R. P. (2013). *Entrepreneurial Small Business* (4th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Kasmir. (2016). *Kewirausahaan*. Prenadamedia Group.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kreitner, R. (2009). *Management* (11th ed.). Houghton Mifflin Company.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–597.
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- McShane, S. L., & Von Glinow, M. A. (2018). *Organizational Behavior* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Mintzberg, H. (1975). The manager's job: Folklore and fact. *Harvard Business Review*, 53(4), 49–61.
- Northouse, P. G. (2010). *Leadership: Theory and practice* (6th ed.). Journal of Leadership Studies, 4(3), 97–100.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Prahalad, C. K., & Hart, S. L. (2002). The fortune at the bottom of the pyramid. *Strategy+Business*, 26(1), 2–14.

- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2019). *Management* (14th ed.). Pearson.
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: Categories and interactions. *Business Strategy and the Environment*, 20(4), 222–237.
- Siregar, S. J. (2018). *Manajemen Bisnis*. Graha Ilmu.
- Stoner, J. A. F., Freeman, R. E., & Gilbert, D. R. (2011). *Manajemen* (6th ed.). Erlangga.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Umar, H. (2010). *Manajemen Strategis: Teori dan Aplikasi* (3rd ed.). Rajawali Pers.