

# **MANAJEMEN BISNIS: KONSEP DAN STRATEGINYA**

*Muhammad Wadud*

*Joice Machmud*

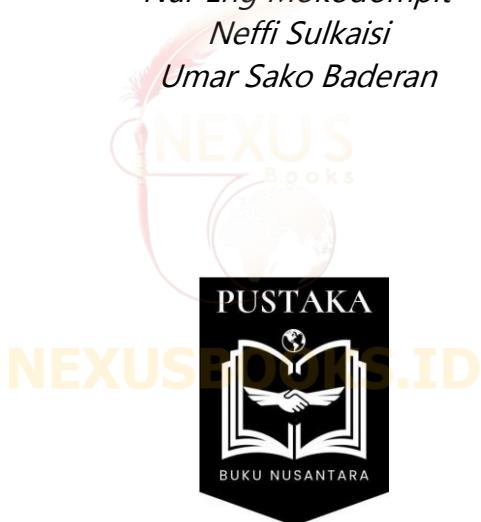
*Sri Hantuti Paramata*

*Ramlah Alkatiri*

*Nur Eng Mokodompit*

*Neffi Sulkaisi*

*Umar Sako Baderan*



**CV PUSTAKA BUKU NUSANTARA**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penyusunan buku Manajemen Bisnis: Konsep dan Strateginya. Buku ini berisikan bahasan tentang Pengantar Manajemen Bisnis, Strategi Bisnis dan Perencanaan, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Keuangan dalam Bisnis, Manajemen Pemasaran dan Strateginya, Inovasi dan Kewirausahaan, dan Etika dan *Corporate Social Responsibility*.

Buku ini masih banyak kekurangan dalam penyusunannya. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan dan kesempurnaan buku ini selanjutnya. Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian buku ini. Semoga buku ini dapat menjadi sumber referensi dan literatur yang mudah dipahami.

**NEXUSBOOKS ID**  
Jakarta, Juni 2025  
Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	i
<b>DAFTAR ISI .....</b>	ii
<b>BAB 1 PENGANTAR MANAJEMEN BISNIS.....</b>	1
1.1 Definisi dan Ruang Lingkup Manajemen Bisnis .....	1
1.2 Evolusi Konsep Manajemen Bisnis.....	5
1.3 Komponen Strategi dalam Manajemen .....	9
1.4 Manajemen dalam Konteks Global dan Digital.....	12
1.5 Tantangan dan Peluang Masa Kini.....	14
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	17
<b>BAB 2 STRATEGI BISNIS DAN PERENCANAAN.....</b>	21
2.1 Pengantar Strategi Bisnis .....	21
2.1.1 Definisi dan Konsep Dasar.....	24
2.1.2 Tingkatan Strategi.....	26
2.2 Analisis Lingkungan Bisnis.....	28
2.2.1 Analisis Lingkungan Eksternal.....	28
2.2.2 Jenis-Jenis Pesaing .....	29
2.2.3 Langkah-Langkah Analisis Pesaing .....	30
2.2.4 Analisis Lingkungan Internal.....	33
2.2.5 Analisis SWOT Terintegrasi.....	35
2.3 Perencanaan Strategis.....	37
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	45
<b>BAB 3 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA .....</b>	55
3.1 Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia .....	55

## BAB 1

# PENGANTAR MANAJEMEN BISNIS

*Oleh Muhammad Wadud*

### 1.1 Definisi dan Ruang Lingkup Manajemen Bisnis

Manajemen bisnis adalah Proses sistematis yang mencakup kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian terhadap seluruh sumber daya organisasi (manusia, keuangan, material, maupun informasi) dengan tujuan untuk mencapai sasaran organisasi secara efektif dan efisien (Endress & Badir, 2022). Kemampuan untuk mengelola perubahan, mengambil keputusan yang berbasis data, serta membangun tim yang solid menjadi bagian integral dari proses ini. Oleh karena itu, fungsi manajerial sangat krusial dalam berbagai jenis organisasi, baik di sektor swasta, publik, maupun nirlaba, karena masing-masing memerlukan pendekatan manajerial yang adaptif dan responsif terhadap tantangan dan peluang yang terus berkembang. Fungsi-fungsi manajemen ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis, karena menjadi fondasi utama bagi keberlangsungan dan kesuksesan operasional organisasi (Lauer, 2020)

Dalam praktiknya, manajemen bisnis berperan dalam menyelaraskan antara visi, misi, dan nilai-nilai inti organisasi dengan dinamika lingkungan internal maupun eksternal (Block & Fisch, 2020). Lebih lanjut, manajemen bisnis merupakan elemen fundamental dalam keberhasilan sebuah organisasi, baik dalam sektor publik maupun

## BAB 7

# **ETIKA DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

*Oleh Umar Sako Baderan*

Dalam lanskap bisnis modern yang semakin kompleks dan terbuka, etika dan tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) telah menjadi dua konsep fundamental yang tidak dapat diabaikan oleh perusahaan mana pun yang ingin mempertahankan keberlanjutan dan legitimasi operasionalnya. Keduanya tidak hanya sekadar aspek pelengkap dari kegiatan usaha, melainkan menjadi bagian integral dari strategi dan budaya organisasi.

Etika bisnis merujuk pada prinsip-prinsip moral dan standar perilaku yang mengatur tindakan individu maupun organisasi dalam kegiatan ekonomi. Ini mencakup berbagai isu seperti kejujuran dalam komunikasi, integritas dalam transaksi, perlakuan yang adil terhadap karyawan, tanggung jawab terhadap konsumen, serta kepatuhan terhadap hukum dan norma sosial yang berlaku. Dengan berpegang pada etika, perusahaan dapat membangun kepercayaan yang kuat dengan pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, karyawan, mitra bisnis, dan masyarakat luas. Dalam jangka panjang, reputasi baik yang dibangun atas dasar etika bisnis akan menjadi keunggulan kompetitif yang tidak mudah ditiru.

Sementara itu, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk