



# Pengantar ILMU MANAJEMEN

Lathifaturahmah, Anang Martoyo, Nur Fadillah Suprayitno,  
Yosi Fahdillah, I Ketut Sirna, Bagus Dwi Hari Setyono,  
Dini Hamidin, Yuniati Fransisca, Reza Kurniawan,  
Istikomah, Muhammad Satar

*Editor Manajemen:*  
Yuyud Susilo, S.E., M.M  
Hj. Sari Rahayu M.Pd.I

# Pengantar ILMU MANAJEMEN

Lathifaturahmah, Anang Martoyo, Nur Fadillah Suprayitno,  
Yosi Fahdillah, I Ketut Sirna, Bagus Dwi Hari Setyono,  
Dini Hamidin, Yuniati Fransisca, Reza Kurniawan,  
Istikomah, Muhammad Satar

***Editor Manajemen:***

Yuyud Susilo, S.E., M.M

Hj. Sari Rahayu M.Pd.I



Haura Utama

# DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>3</b>
<b>BAB 1 KONSEP DASAR MANAJEMEN</b> .....	<b>7</b>
1.1 Pengantar.....	7
1.2 Definisi Manajemen .....	8
1.3 Peran dan Signifikansi Manajemen .....	10
1.4 Sejarah Perkembangan Manajemen.....	11
1.5 Manajemen Sebagai Profesi .....	18
1.6 Prinsip- Prinsip Manajemen .....	20
1.7 Fungsi Manajemen.....	24
<b>BAB 2. PERKEMBANGAN PEMIKIRAN MANAJEMEN</b> .....	<b>28</b>
2.1. Pengantar.....	28
2.2. Perspektif Manajemen Klasik.....	30
2.3. Perspektif Manajemen Perilaku .....	34
2.4. Perspektif Manajemen Kuantitatif.....	38
2.5. Teori Manajemen Modern .....	41
2.6. Penutup .....	49
<b>BAB 3. KERANGKA TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB MANAJEMEN</b> .....	<b>52</b>
3.1 Pengantar.....	52
3.2 Kerangka Tugas Manajemen .....	56
3.3 Tanggung Jawab Manajemen.....	61
3.4 Penutup .....	64
<b>BAB 4. SISTEM DAN PROSES MANAJEMEN</b> .....	<b>65</b>
4.1 Pengantar.....	65
4.2 Sistem Manajemen .....	65
4.3 Proses Manajemen .....	70

*Pengantar Ilmu Manajemen*, karya Lathifaturahmah, dkk,  
diterbitkan pertama kali oleh Penerbit Haura Utama, 2023

15.5 x 23 cm, 243 hlm

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang mereproduksi atau memperbanyak seluruh  
maupun sebagian dari buku ini dalam bentuk dan  
cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit

Editor: Yuyud Susilo, S.E., M.M  
Hj. Sari Rahayu M.Pd.I  
Penata isi: Zulfa  
Perancang sampul: Nita



**CV. Haura Utama**

Anggota IKAPI Nomor 375/JBA/2020

Nagrak, Benteng, Warudoyong, Sukabumi

+62877-8193-0045 haurautama@gmail.com

Cetakan I, November 2023

ISBN: 978-623-492-674-3

 penerbithaura.com

4.4	Penutup .....	75
<b>BAB 5.</b>	<b>MANAJEMEN OPERASI .....</b>	<b>78</b>
5.1	Pengantar.....	78
5.2	Konsep Dasar Manajemen Operasi .....	78
5.3	Konsep Dasar Sistem Produksi .....	80
5.4	Pengendalian Suatu <i>Quality Product</i> .....	83
5.5	Produktivitas dalam Organisasi Perusahaan.....	84
5.6	Ruang Lingkup, Fungsi Dan Manfaat Operasi.....	86
5.7	Proses Perencanaan Produksi Dan Operasi .....	93
5.8	Proyeksi Kebutuhan .....	98
5.9	Pola Produksi dan Luas produksi .....	103
5.10	Pengawasan Bahan Inventory .....	106
5.11	Penutup .....	111
<b>BAB 6.</b>	<b>FUNGSI MANAJEMEN .....</b>	<b>113</b>
6.1	Fungsi Perencanaan .....	113
6.2	Fungsi Pengorganisasian .....	125
6.3	Fungsi Koordinasi .....	135
6.4	Fungsi Pengendalian .....	139
<b>BAB 7.</b>	<b>MANAJEMEN STRATEGIK .....</b>	<b>141</b>
7.1	Pendahuluan.....	141
7.2	Environmental Scanning.....	142
7.3	Perumusan Strategi.....	151
<b>BAB 8.</b>	<b>MANAJEMEN INTERNASIONAL .....</b>	<b>153</b>
8.1	Globalisasi dan Internasionalisasi .....	153
8.2	Pengelolaan Lintas Budaya.....	155
8.3	Komunikasi Dan Negosiasi Lintas Budaya .....	159
8.4	Penutup .....	168

<b>BAB 9.</b>	<b>MANAJEMEN KEUANGAN.....</b>	<b>171</b>
9.1	Pengertian Manajemen Keuangan.....	171
9.2	Fungsi Manajemen Keuangan.....	172
9.3	Tanggungjawab Manajemen Keuangan .....	174
9.4	Peran Serta Arti dari Pentingnya Manajemen Bidang Keuangan.....	175
9.5	Konsep-Konsep Dasar Manajemen Keuangan .....	177
9.6	Sumber Pendanaan .....	181
9.7	Norma dari Keuangan.....	182
9.8	Lingkungan Manajemen Keuangan .....	184
9.9	Analisa Rasio .....	185
<b>BAB 10.</b>	<b>MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA .....</b>	<b>187</b>
10.1	Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia .....	187
10.2	Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia .....	188
10.3	Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia.....	189
10.4	Peran dsan prinsip Manajemen Sumber Daya Manusia	194
10.5	Tantangan Manajemen Sumber Daya Manusia.....	201
10.6	Strategi Dalam Menghadapi Tantangan Sumber Daya Manusia .....	203
10.7	Penutup .....	205
<b>BAB 11.</b>	<b>MANAJEMEN PEMASARAN.....</b>	<b>206</b>
11.1	Pengantar.....	206
11.2	Pengertian dan Sifat Manajemen Pemasaran.....	206
11.3	Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran.....	209
11.4	Konsep Pemasaran.....	211
11.5	Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan .....	217
11.6	Nilai dan Kepuasan .....	219
11.7	Relasi dan Jaringan .....	220
11.8	Motif Membeli .....	221

11.9 Pengambilan Keputusan Konsumen.....	223
11.10 Persepsi Konsumen.....	226
11.11 Penutup .....	228
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>230</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>234</b>

# **BAB 1**

## **KONSEP DASAR MANAJEMEN**

### **1.1 Pengantar**

Selamat datang dalam materi yang membahas konsep dasar manajemen. Manajemen adalah salah satu aspek yang tak terelakkan dalam kehidupan kita, baik dalam bidang profesional maupun dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Keterampilan manajemen tidak hanya berguna bagi para manajer bisnis, tetapi juga sangat penting bagi semua individu yang ingin mencapai tujuan dan memaksimalkan hasil dalam usaha apa pun yang mereka jalankan.

Buku ini akan membantu Anda memahami konsep-konsep manajemen dasar yang mendasari semua tindakan manajerial yang sukses. Prinsip-prinsip dasar manajemen, termasuk perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian, akan dijelaskan. Selanjutnya, kami akan membahas konsep-konsep terkait seperti pengambilan keputusan, komunikasi, koordinasi, dan tanggung jawab sosial.

Dalam Buku ini, kami akan menyajikan konsep-konsep ini dengan cara yang jelas dan mudah dipahami, memberikan contoh-contoh kehidupan nyata dan memberikan gambaran bagaimana konsep-konsep ini dapat diterapkan dalam berbagai situasi dan konteks. Tujuan utama kami adalah untuk memberikan Anda pemahaman yang kuat tentang dasar-dasar manajemen, yang akan memungkinkan Anda untuk membuat keputusan yang lebih

## BAB 2.

# PERKEMBANGAN PEMIKIRAN MANAJEMEN

### 2.1. Pengantar

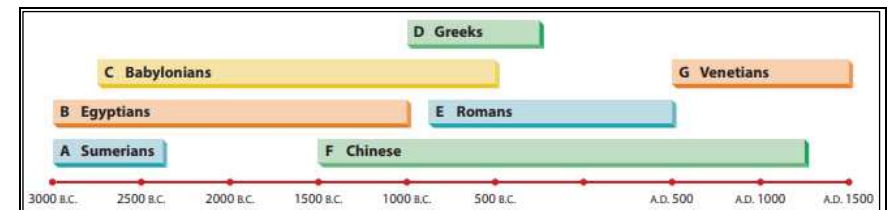
Konsep manajemen lazim dimanfaatkan dalam mengembangkan sebuah organisasi dan membimbing mengarah pada tercapainya suatu goal yang telah ditetapkan oleh organisasi tersebut. Manajer umumnya menggunakan konsep yang dikembangkan dari perspektif perilaku untuk meningkatkan kepuasan dan motivasi karyawan sehingga diperlukan teori manajemen. Sebagian besar manajer mengembangkan dan menyempurnakan teori manajemen menggunakan cara mereka sendiri agar lebih mudah dan praktis menjalankan roda organisasi dan mengelola perilaku karyawan.

Memahami konteks sejarah manajemen untuk mengapresiasi atas warisan pengetahuan dari para ahli manajemen yang mendukung manajer meminimalisir kesalahan yang pernah dilakukan orang lain. Manajemen telah dipraktikkan selama ribuan tahun sehingga dengan mengkaji manajemen pada zaman dahulu kita dapat mengidentifikasi beberapa pionir manajemen pertama, dan dapat melihat lebih detail munculnya teori dan praktik manajemen baru yang biasa digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar saat ini.

Praktek manajemen ribuan tahun yang lalu dapat dikaji ulang, misalnya bagaimana orang Mesir memanfaatkan

manajemen untuk fungsi perencanaan, *organizing* dan *controlling* ketika membangun piramida. Alexander Agung sebagai kaisar Mesir saat itu menunjuk seorang manajer untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan pada masa jabatannya untuk urusan kampanye militernya. Kekaisaran Romawi mengembangkan organisasi yang terdefinisi dengan struktur baik yang sangat memudahkan komunikasi dan kontrol. Socrates membahas praktik dan konsep manajemen pada 400 SM, Plato

menggambarkan spesialisasi pekerjaan pada 350 SM. Gambar 2.1 adalah garis waktu sederhana yang menunjukkan beberapa dari terobosan dan praktik manajemen terpenting selama 4.000 tahun terakhir



Gambar 2.1. Manajemen Kuno

(Griffin, 2017)

Keterangan:

- A = Memakai peraturan dan regulasi tertulis untuk tata kelola
- B = Memakai praktik manajemen untuk membangun piramida
- C = Memakai serangkaian undang-undang dan kebijakan untuk tata kelola
- D = Memakai sistem pemerintahan berbeda untuk kota dan negara bagian



## **BAB 3.**

# **KERANGKA TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB MANAJEMEN**

### **3.1 Pengantar**

Manajemen (Hery, 2018) merupakan proses mengkoordinir kegiatan pekerjaan secara efisien dan efektif, dengan dan melalui orang lain. Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan sumber daya manusia, keuangan, fisik, dan informasi dalam suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen melibatkan berbagai kegiatan dan tanggung jawab yang dilakukan oleh para manajer atau pimpinan dalam organisasi.

Tujuan manajemen (Siswanto, 2007) adalah sesuatu yang ingin direalisasikan, yang menggambarkan cakupan tertentu dan menyarankan pengarahan kepada usaha seorang manajer. Tujuan manajemen biasanya dibuat untuk memberikan arah, focus, dan ukuran keberhasilan bagi suatu perusahaan atau proyek. Beberapa tujuan umum dari manajemen termasuk :

#### **1. Profitabilitas**

Profitabilitas (Munawir, 2002) adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode waktu tertentu. Banyak organisasi memiliki tujuan utama untuk mencapai keuntungan atau laba dari aktivitas operasionalnya. Ini berarti mencerminkan sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan lebih

banyak pendapatan daripada biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan bisnisnya. Beberapa peran penting terkait profitabilitas.

- Mengukur Keberhasilan. Profitabilitas sering digunakan sebagai ukuran utama keberhasilan suatu perusahaan. Laba yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berhasil dalam menghasilkan pendapatan dan mengelola biaya dengan baik.
- Kehidupan Bisnis. Untuk menjaga kelangsungan hidupnya, sebuah bisnis harus mampu menghasilkan laba yang cukup untuk menutupi biaya operasionalnya. Bisnis yang tidak menguntungkan mungkin kesulitan bertahan dalam jangka panjang.
- Investor dan Pemegang Saham. Profitabilitas adalah factor penting yang diperhatikan oleh investor dan pemegang saham. Mereka berharap mendapatkan pengembalian investasi yang baik, yang dapat dicapai melalui keuntungan yang konsisten.
- Pengembangan Bisnis. Laba yang dihasilkan dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis, seperti perluasan, investasi dalam penelitian dan pengembangan, atau akuisisi perusahaan lain.
- Gaji dan Bonus Karyawan. Profitabilitas yang tinggi dapat mendukung pembayaran gaji uang kompetitif kepada karyawan dan memberikan bonus sebagai insentif.
- Daya saing. Perusahaan yang menghasilkan laba yang tinggi dapat lebih kompetitif karena mereka memiliki lebih banyak sumber daya untuk mengembangkan produk baru, meningkatkan

organisasi dengan cara yang efisien dan efektif, sambil memastikan kepatuhan terhadap nilai-nilai etika dan hukum.

### 3.4 Penutup

Kerangka tugas manajemen adalah struktur atau rencana yang menggambarkan peran dan tanggung jawab yang harus diemban oleh setiap level atau tingkatan manajemen dalam sebuah organisasi. Kerangka tugas manajemen memberikan panduan tentang apa yang diharapkan dari setiap manajer dalam menjalankan tugasnya, bagaimana mereka berkontribusi pada tujuan organisasi, dan bagaimana mereka berinteraksi dengan tim mereka dan manajemen lainnya. Kerangka tugas manajemen biasanya mencakup definisi peran, wewenang, tanggung jawab, dan kewajiban manajer, serta hubungan kerja antara mereka. Dalam praktiknya, hubungan tanggung jawab dalam suatu organisasi biasanya kompleks dan melibatkan interaksi antara berbagai tingkatan dan departemen. Kuncinya adalah bahwa setiap anggota organisasi memiliki peran dan tanggung jawabnya masing-masing, dan kolaborasi yang efektif antara berbagai tingkatan dan unit organisasi penting untuk mencapai tujuan bersama.

## BAB 4. SISTEM DAN PROSES MANAJEMEN

### 4.1 Pengantar

Proses manajemen seperti serangkaian langkah yang diikuti oleh bisnis untuk memastikan bisnis berjalan lancar. Ini mencakup hal-hal seperti perencanaan, pengorganisasian, dan evaluasi untuk mencapai tujuan mereka. Langkah-langkah ini penting agar bisnis bisa sukses (Sadikin et al., 2020).

Artinya ketika orang menjalankan suatu perusahaan atau organisasi, mereka perlu melakukan hal-hal tertentu untuk memastikan semuanya berjalan dengan baik. Mereka harus merencanakan apa yang ingin mereka lakukan, membuat keputusan, dan memantau perkembangannya. Ini membantu mereka mencapai tujuan mereka dengan cara terbaik. Setiap perusahaan atau organisasi mengikuti langkah-langkah ini untuk menjadi sukses (Sadikin et al., 2020).

### 4.2 Sistem Manajemen

Pada bagian sebelumnya, kata “sistem” digunakan secara longgar. Definisi pasti dari suatu sistem bergantung pada pengguna, lingkungan, dan tujuan akhir. Praktisi bisnis mendefinisikan sistem sebagai (Kerzner, 2017):

Sekelompok unsur, baik manusia maupun bukan manusia, yang diorganisasikan dan diatur sedemikian rupa sehingga unsur-unsur tersebut dapat bertindak secara



## BAB 5.

# MANAJEMEN OPERASI

### 5.1 Pengantar

Suatu pertimbangan yang mendasar yang perlu diperhatikan dalam manajemen operasi, adalah melakukan suatu kegiatan organisasi atau perusahaan, mulai dari input, proses dan output/otcome, dan dapat terencana, untuk mengelola sumber daya yang ada, dengan memetakan sumber daya manusia dalam organisasi sebagai pelaksana aktivitas dalam perusahaan, yang perlu diarahkan dan dikerjakan sesuai standar, dimonitoring dan dievaluasi, serta dengan menghasilkan suatu produk, memerlukan segmen pasar dan target dalam penjualannya, serta menentukan posisi produk dari perusahaan di dunia bisnis saat ini.

### 5.2 Konsep Dasar Manajemen Operasi

Manajemen adalah Seni dalam menyelesaikan sesuatu melalui orang lain (*Management is the art of getting things done through people*). Mary Parker Follet (1997) Manajemen adalah yang dilakukan merupakan proses dalam mencapai tujuan organisasi dengan serangkaian aktivitas mulai dari planing, oraganizing, actuiting dan controlling terhadap orang-orang dan sumber daya lainnya. (*the process used to accomplish organizational goals through planning, organizing, directing, and controlling people and other organizational resources*).

Nickels, McHugh (1997). Dari hal tersebut meliputi :

- 1). Adanya penggunaan sumber daya manusia, Sumber daya alam, keuangan, informasi dll,
- 2). Adanya proses yang bertahap, planning, pengorganisasian, controlling, pengarahan dan implimentasi.
- 3). Adanya seni dalam penyelesaian pekerjaan. (*doing the right things or doing things right* )

Manajemen Operasi merupakan suatu proses pengelolaan dari semua sumber daya perusahaan yang diperlukan untuk dapat menghasilkan barang /jasa yang akan dipromosikan kepada pelanggan (*Operation management is the process of managing the resources that are needed to produce organization's goods and services*), Dessler (2004).

Secara specific Manajemen operasi memfokuskan pada 5 P yaitu:

- 1). People yaitu Tenaga kerja langsung atau tidak langsung yang terlibat dalam kegiatan operasi perusahaan.
- 2). Plants yaitu mencakup pabrik atau rumah produk dimana perusahaan menghasil produk dan jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen.
- 3). Parts yaitu mencakup berbagai faktor input yang dibutuhkan perusahaan dalam menghasilkan barang dan jasa.
- 4). Processes yaitu sebagai suatu langkah proses sesuai dengan standar operasional prosedur, yang dapat menghasil suatu produk/jasa,
- 5). Planning merupakan program awal yang menentukan jalannya, aktivitas, dalam memastikan proses pelaksanaan produksi, apakah sudah memenuhi standar yang telah ditentukan.

pengendalian operasi perusahaan seperti: pemilihan tempat operasi, penentuan mesin-mesin dan peralatan operasi, memilih bahan baku yang berkualitas, mengendalikan finansial dan biaya operasi, mengendalikan sumber daya dan SDM, mengendalikan persediaan, dan memilih metode yang tepat dalam menjalankan operasi perusahaan, mengevaluasi dan menganalisa hasil produk agar sesuai dengan rencana standar produk, menentukan pemasaran yang tepat sesuai dengan geografi dan demografi serta menentukan segmen pasar yang tepat dan mencapai target pasar yang sudah ditentukan oleh perusahaan.

## **BAB 6.**

### **FUNGSI MANAJEMEN**

Perencanaan adalah fungsi manajemen yang paling mendasar, dan dengan demikian perencanaan secara logis mendahului semua fungsi lainnya. Perencanaan adalah proyeksi tindakan yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain, rencana adalah cetak biru masa depan; rencana adalah ekspresi dari apa yang ingin kita capai atau prediksi terbaik tentang apa yang mungkin terjadi di masa depan. Perencanaan dimulai dengan pertanyaan apa dan mengapa, kemudian berfokus pada bagaimana, kapan, siapa, dan dimana.

#### **6.1 Fungsi Perencanaan**

Perencanaan memastikan bahwa kita bekerja secara efektif dan efisien, atau paling tidak, perencanaan meningkatkan peluang kita untuk melakukan hal tersebut. Perencanaan mengurangi penundaan, menjamin kesinambungan, dan menyediakan penggunaan sumber daya yang lebih cerdas. Perencanaan meningkatkan peluang kita untuk melakukan sesuatu dengan benar pada saat pertama, mengurangi kemungkinan kesalahan awal dan menghasilkan kepuasan karena segala sesuatunya terkendali saat ini dan mengetahui apa yang harus dilakukan selanjutnya.

Perencanaan bersifat proaktif. Hal tersebut merupakan prasyarat untuk hampir semua aktivitas manajerial yang diperlukan, termasuk pengajaran atau pendampingan, mempersiapkan dan menjalankan rapat komite dan staf,

yang harus dilakukan besok pagi, perencanaan tetap merupakan perkiraan terbaik seseorang mengenai apa yang akan terjadi di masa depan. Karena kita tidak pernah mengetahui masa depan secara pasti sampai menjadi masa kini, kita tidak pernah mengetahui secara pasti apakah rencana kita akan terealisasi persis sesuai rencana. Oleh karena itu, pengendalian dan pemantauan apa yang terjadi ketika sebuah rencana dikembangkan atau pemantauan pelaksanaan suatu keputusan dan pengambilan keputusan atau penyesuaian baru sesuai kebutuhan, selalu diperlukan agar tetap berada pada jalur menuju hasil yang diinginkan.

Tindak lanjut atas implementasi biasanya merupakan bagian terlemah dalam proses pengambilan keputusan, dan mungkin juga merupakan bagian terlemah dalam implementasi rencana apa pun. Kurangnya tindak lanjut seringkali menjadi alasan utama terjadinya kesalahan besar atau kecil selama implementasi keputusan. Karena lingkungan terus berubah, biasanya diperlukan penyesuaian terhadap setiap keputusan atau rencana untuk memastikan keberhasilan. Tampaknya—dan memang demikian—sebagian besar waktunya supervisor bekerja dalam siklus pengambilan keputusan, koordinasi, dan pengendalian yang berkelanjutan. Tindakan-tindakan ini merupakan inti dari menyelesaikan sesuatu.

## BAB 7.

# MANAJEMEN STRATEGIK

### 7.1 Pendahuluan

Manajemen strategi berkaitan dengan strategi perusahaan, yaitu serangkaian aksi yang diambil oleh para pengambil keputusan untuk dapat bersaing dan unggul dari para pesaingnya. Keunggulan ini bisa dari:

- strategi produk atau jasa dengan biaya rendah
- strategi diferensiasi untuk menarik konsumen yang luas
- *Strategi produk atau layanan berbiaya rendah yang fokus pada segmen konsumen yang sempit (niche market)*
- *strategi diferensiasi yang fokus pada niche market dengan memenuhi selera dan persyaratan produk atau layanan yang lebih baik dibandingkan produk pesaingnya*
- strategi dengan *biaya terbaik yang memberikan konsumen nilai lebih* untuk uang yang dibelanjakan guna memuaskan harapan konsumennya

David 2011 mendefinisikan manajemen strategik sebagai sebagai seni dan ilmu merumuskan, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya]. Manajemen strategi terdiri atas empat elemen dasar yang digambarkan dengan model manajemen strategi (Gambar 7.1), yaitu:

1. Pemindaian lingkungan (Environmental scanning)\

perusahaan dengan kriteria untuk mencapai keunggulan kompetitif, seperti mendefinisikan keunggulan dan kelemahan kompetitif bisnis dan kemampuan tumbuh perusahaan, menyusun misi dan tujuan serta kebijakan perusahaan. Strategi bisnis membentuk pendekatan yang komprehensif tentang bagaimana bisnis akan mencapai misi dan tujuannya, sehingga strategi bisnis berkaitan dengan tiga jenis strategi menurut Wheelen et al. (2018), yaitu: korporat, (perusahaan) bisnis dan fungsional.

- **Strategi perusahaan** menggambarkan arah pertumbuhan dan pengelolaan bisnis keseluruhan Perusahaan yang berkaitan dengan stabilitas, pertumbuhan, dan efisiensi.
- **Strategi bisnis**, berkaitan dengan strategi unit bisnis untuk mencapai kompetitif produk atau layanan perusahaan yang dilayani oleh unit bisnis tersebut yang berkaitan dengan strategi kompetitif dan kooperatif.
- **Strategi fungsional**, tujuan dan strategi perusahaan dan unit bisnis dengan memaksimalkan produktivitas sumber daya yang berkaitan dengan pengembangan dan memelihara kompetensi khusus untuk perusahaan atau unit bisnis.

## BAB 8.

### MANAJEMEN INTERNASIONAL

#### 8.1 Globalisasi dan Internasionalisasi

Globalisasi adalah salah satu kekuatan yang paling besar dalam lingkungan ekonomi kita saat ini. Dampak praktisnya globalisasi dapat dirasakan pada semua aspek masyarakat, dan efektifitas manajemen organisasi yang efektif dalam lingkungan global yang semakin kompleks menjadi sangat penting untuk keberhasilan organisasi tersebut.

Di hampir setiap negara, semakin banyak perusahaan besar, menengah, dan bahkan kecil yang terlibat dalam kegiatan internasional, dan persentase pendapatan perusahaan yang terus meningkat berasal dari pasar luar negeri. Namun, ketidakpastian ekonomi dan politik di banyak wilayah dunia menyebabkan berlanjutnya kekhawatiran. beberapa pihak mempertanyakan sistem yang ada saat ini saat ini untuk mengatur dan mengawasi perdagangan internasional, investasi, migrasi, dan arus keuangan. Meskipun demikian, manajemen internasional-proses penerapan manajemen konsep dan teknik manajemen dalam lingkungan multinasional – terus tetap memiliki arti penting.

Manajemen adalah proses menyelesaikan kegiatan dengan dan melalui orang lain (Luthans & Doh, 2018). Manajemen internasional adalah proses penerapan konsep dan dalam lingkungan multinasional dan mengadaptasi praktik manajemen ke berbagai ekonomi, politik, dan budaya yang berbeda. Banyak manajer yang mempraktikkan

dihadapi oleh setiap masyarakat, namun solusinya berbeda-beda. Mereka serupa dalam beberapa hal

dan berbeda dalam hal lainnya. Dimensi-dimensi tersebut dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Internasionalisasi adalah proses di mana produk dapat dipersiapkan untuk dibawa ke negara lain. Ini tidak hanya berarti dapat mengubah bahasa; melainkan juga berarti menerima bentuk data, pengaturan yang berbeda agar sesuai dengan kebiasaan lokal dan perbedaan rangkaian data sehingga dapat memprosesnya dengan benar.

## **BAB 9.**

# **MANAJEMEN KEUANGAN**

### **9.1 Pengertian Manajemen Keuangan**

Pengertian dari manajemen keuangan yaitu sejauh mana perusahaan atau organisasi memperoleh penghasilan atau uang baik dari aktivitasnya berupa jasa ataupun dagang dan atau dari hasil produksinya dengan memperhitungkan dimana secara keseluruhannya dipergunakan sebaik-baiknya untuk keperluan perusahaan dan mengoptimalkan sampai level memaksimalkan nilai dari perusahaan atau organisasi tersebut. Manajemen keuangan merupakan ilmu yang dibutuhkan serta penting untuk dipelajari dalam disiplin bidang ilmu manajemen. Adapun alasan bahwa manajemen keuangan dibutuhkan dan penting, yakni:

1. Manajemen keuangan banyak diperlukan dalam setiap bagian kehidupan masyarakat yang dimulai dari macam-macam masalah baik di rumah tangga bahkan sampai ke perusahaan yang besar dengan berorientasi pada perolehan laba maupun nirlaba;
2. Bersama dengan departemen yang lainnya serta dalam mengambil keputusan serta segala kebijakan dalam mempertahankan dengan meningkatkan keberlanjutan hidup perusahaan; dan
3. Manajemen keuangan yang dijadikan dari sisi aspek yang mendukung dibidang lainnya yang menjadi peminatan seseorang.

## Dasar-Dasar Manajemen Keuangan

### 1. Ratio Likuiditas (*Liquidity ratio*)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kembali pinjaman jangka pendek pada saat jatuh tempo.

### 2. Ratio Leverage (*Leverage ratio*)

Ini adalah ukuran seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh hutang.

### 3. Ratio Aktivitas (*Activity ratio*)

Ini merupakan angka penting yang mengukur efektivitas penggunaan sumber daya keuangan perusahaan.

### 4. Ratio Profitabilitas (*Profitability ratio*)

Ini adalah angka penting yang mengukur seberapa efektif suatu perusahaan menghasilkan keuntungan.

### 5. Rasio penilaian (*Valuation ration*)

Rasio evaluasi Ini adalah ukuran sejauh mana kemampuan manajemen untuk menciptakan nilai pasar melebihi biaya modal.

## BAB 10.

# MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

### 10.1 Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia

Dalam suatu organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung, pengelolaan sumber daya manusia sudah menjadi hal yang penting dalam sebuah perusahaan. Organisasi terkecil biasanya terdiri dari 2 (dua) orang dimana tetap memerlukan adanya manajemen yang mengatur tugas pokok dari masing-masingnya. Sedang pada konteks organisasi yang terstruktur pembagian tugas individu dapat di atur bersamaan sehingga dapat menegakkan berbagai tugas yang telah ditentukan oleh departemen sumber daya manusia harus dikelola oleh orang-orang yang berperan sebagai manajer atau penyelia dalam suatu organisasi.

Unsur yang paling menentukan keberhasilan suatu organisasi adalah sumber daya manusianya. Secara umum, sumber daya ini adalah pengetahuan, keterampilan, dan bakat yang diperoleh dalam suatu organisasi, namun pada tingkat individu, sumber daya tersebut merupakan serangkaian besar faktor manusia yang kompleks, termasuk faktor fisiologis, psikologis, sosiologis, dan etika yang saling terkait dan berinteraksi dengan organisasi. satu sama lain. Perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian sumber daya manusia secara efisien memerlukan penggunaan alat manajemen yang sering disebut dengan manajemen sumber daya manusia.



# BAB 11.

## MANAJEMEN PEMASARAN

### 11.1 Pengantar

Ketika seseorang memproduksi barang maupun jasa, tentu membutuhkan keahlian memasarkan produknya dengan baik. Tanpa rencana pemasaran yang matang, produk tidak akan mudah dikenal, didistribusikan, hingga dibeli oleh konsumen. Jangkauan produk barang maupun jasa yang ditawarkan juga kecil. Pemasaran bukan perkara yang mudah. Selain posisinya yang penting dalam mata rantai industri, pemasaran membutuhkan keahlian dan perencanaan yang cukup komprehensif. Di samping itu juga dibutuhkan kreativitas dan inovasi serta pemanfaatan teknologi informasi untuk menyesuaikan dengan trend dan kebutuhan pasar dimasa kini maupun dalam jangka waktu yang lebih panjang lagi. Brand-brand besar dan ternama saja selalu rajin memasarkan produknya melalui banyak cara, entah itu lewat sosial media, promo diskon, iklan di televisi, hingga saat ini yang sedang terkenal adalah melalui *endorsement* artis-artis dalam negeri hingga luar negeri.

### 11.2 Pengertian dan Sifat Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah kombinasi aktivitas yang didesain untuk memproduksi keuntungan melalui pendirian, penciptaan, stimulasi, dan pemuasan kebutuhan maupun keinginan dari konsumen pada segmen-segmen tertentu yang ditentukan atau bahkan tidak terbatas (Deepak and Jeyakumar, 2019). Pemasaran merupakan fungsi organisasi

dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada konsumen (Park, 2020). Selain itu, ada pula pengertian yang lebih sederhana namun tepat sasaran, yaitu proses pemasaran adalah bagaimana produsen memahami pasar dan konsumennya. Dalam sumber yang sama, sifat-sifat pemasaran dibagi menjadi beberapa hal, yaitu sebagai berikut :

#### 1. Pemasaran Merupakan Bagian dari Fungsi Ekonomi

Pemasaran mencakup di dalamnya semua kegiatan pada bisnis yang terlibat dengan penyediaan barang maupun jasa dari pihak produsen kepada para konsumennya. Perhatian utama dalam pemasaran adalah bagaimana strategi atau cara agar kemajuan dari produk baik itu barang maupun jasa dalam perjalanannya untuk sampai ke tangan konsumen.

#### 2. Pemasaran Merupakan Proses Hukum (Perpindahan Kepemilikan)

Di dalam proses pemasaran, akan terjadi pula proses perpindahan kepemilikan dari sepenuhnya milik produsen menjadi sepenuhnya milik konsumen. Dalam buku ini, proses tersebut merupakan bagian dari proses hukum, karena segala proses perpindahan kepemilikan yang resmi seharusnya berada di bawah payung hukum yang berlaku.

#### 3. Pemasaran adalah Sistem Kegiatan dalam Bisnis yang Saling Berinteraksi

Pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilalui oleh perusahaan yang berbisnis, institusi, maupun organisasi yang saling berinteraksi satu sama lain dengan konsumen maupun pemangku kepentingan

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Everett E, Jr & Ebert, Ronald J. 1992. *Production & Operations Management: Concept, Model & Behavior*, Prentice Hall International, 5th Edition.
- Baskara, I. G. K. (2013). Perkembangan Pemikiran Manajemen dari Gerakan Pemikiran Scientific Management Hingga Era Modern. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(2), 143–153.
- Costa, V., Fortunato, R., 2014. A Review of Studies on Neuromarketing: Practical Results , Techniques , Contributions and Limitations 6, 201–220. <https://doi.org/10.5296/jmr.v6i2.5446>
- Daft, L. R. (2010). *Era Baru Manajemen*. Salemba Empat.
- Deepak, R.K., Jeyakumar, S., 2019. *Marketing Management*. Educreation Publishing, Delhi.
- Djaslim, S., 2003. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya.
- Septin. Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam meningkatkan keunggulan Bersaing Perusahaan.
- Drucker, P. F. (2001). "Management Challenges for the 21st Century." HarperBusiness.
- Efron, R., 1969. What is Perception?, in: *Proceedings of the Boston Colloquium for the Philosophy of Science*. Springer Netherlands, Dordrecht, pp. 137–173.
- George Robert Terry, L. W. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara
- Griffin, R. W. (2017). *Management* (J. Fremder (ed.); 12th ed.). Cengage Learning Boston.
- Hammer, M. And Champy, J. 1993. *Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution*. Harper Business. New York
- Hery, 2018. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo.
- Huang, M., Rust, R.T., 2021. A strategic framework for artificial intelligence in marketing 30–50.
- James A.F, S. dkk. (2006). *Manajemen Jilid II*. In *PT. Remaja Rosda Karya*. <https://doi.org/10.1016/j.carbpol.2013.02.055>
- Kerzner, Harold. (2017). *Project Management*.
- Klinčková, S., 2016. Neuromarketing – research and prediction of the future 1 . Introduction to Neuromarketing. *Int. J. Manag. Sci. Bus. Adm.* 2, 53–57.
- Kotler. 2002. *Marketing Management* , Millenium Edition. Pearson Custom Publishing, Boston.
- Luecke, R., 2003. *Managing Creativity and Innovation*. s.l.:Harvard Business Publishing Corporation.
- Luthans, F. & Doh, J. P., 2018. *International Management: Culture, Strategy, and Behavior*. 10th ed. New York: McGraw-Hill.
- Mintzberg, H. (2004). "Managers Not MBAs: A Hard Look at the Soft Practice of Managing and Management Development." Berrett-Koehler Publishers.
- Mohammadian, H. D., n.d. An Overview of International Cross Cultural Management. *Staatlich Anerkannte, Private Fachhochschule des Mittelstands*.

- Muhamad Asnawi., 2016. Peranan Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia untuk meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan
- Munawir, S., 2002. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Mustari, M., 2011. *Nilai Karakter*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Neighbor, N., 2023. Klasifikasi Emosi Kompleks yang Negatif Pada Anak Menggunakan Metode K- Nearest Neighbor Classification of Negative Complex Emotions in Children Using K-Nearest Neighbor Method 10, 467–472.
- Nitisemito, A. S., 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ohme, R., Matukin, M., 2012. A small frog that makes a big difference: Brain wave testing of TV advertisements. *IEEE Access* 3, 28–33. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1109/MPUL.2012.2189169>
- Park, S., 2020. *Marketing Management*. Sohee Academy, Seoul.
- Pengantar Manajemen Oleh Ernie Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah & Prof. Dr. H. Sutaryo Salim, SE.
- Richard L. Draft, 2010. *Era Baru Manajemen*. Salemba Empat, Jakarta.
- Richard, E.A., 1994. Matrix Redux. *Bus. Horiz.* 6–10.
- Riset Operasi Untuk Pengambilan Keputusan Oleh Prof. Johannes Supranto, M.A, APU.
- Robins, S. P., & Coulter, M. (2012). *Management*. In *Angewandte Chemie International Edition*. [https://doi.org/10.1002/1521-3773\(20010316\)40:6<9823::AID-ANIE9823>3.3.CO;2-C](https://doi.org/10.1002/1521-3773(20010316)40:6<9823::AID-ANIE9823>3.3.CO;2-C)
- Sadikin, A., Si, M., Misra, I., & Si, M. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*.
- Siswanto, 2007. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Slater, Stanley F. & Narver, John. 1994. Market Orientation, Customer Value, and Superior Performance. *Bus. Horiz.* 22–28.
- Wheelen, T. L. *et al.* (2018) *Strategic Management and Business Policy - Globalization, Innovation and Sustainability*. Fifteenth. Malaysia: Pearson Education.

## BIODATA PENULIS



**Lathifaturahmah, S.H., M.M** lahir di Cirebon pada 06 April 1995, Ia lulus pada tahun 2020 di Universitas Pasundan Bandung Fakultas Manajemen Bisnis Konsentrasi Sumber Daya Manusia. Saat ini ia tercatat sebagai dosen tetap prodi Ekonomi di Institut Pangeran Dharma Kusuma Indramayu. Adapun Karya Buku yang

telah ditulis, diantaranya berjudul:

1. Manajemen Sumber Daya Manusia (2023)
2. Technology, Law and Society (2023)
3. Determinasi Pelatihan dan Pengembangan Masyarakat di Era Revolusi Digital (2022)
4. Manajemen Bisnis (2022)
5. Digitalisasi Era Metavers (2022)
6. Supprot Sistem Literasi, Konservasi dan Ekonomi Masyarakat (2022)
7. Menyongsong PTMT Pada Dunia Pendidikan (2021)



**Anang Martoyo, SP., MM., CIP.** lahir di Klaten, 22 Maret 1972. Penulis berhasil menyelesaikan Sarjana (S1) Jurusan Agronomi di Fakultas Pertanian Universitas Jember pada tahun 1997 dan menempuh pendidikan Magister Manajemen (S2) konsentrasi Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Winaya Mukti Bandung, lulus pada tahun 2017.

Pada tahun 1998 s/d 2000 bekerja di PT Perkebunan Nusantara (*persero*) Tbk. Kebun Sumberjambe Banyuwangi, kemudian pada kurun 2000 s/d 2018 bekerja di Departemen Operasional PT Tiga Serangkai International BO Bandung. Pada tahun 2018 hingga 2022 bekerja sebagai Dosen Tetap di BRI Institute, dan pada Januari 2023 sampai sekarang sebagai Dosen Tetap di Universitas Siber Indonesia (*Cyber University*) Program Bisnis Digital.

Hasil karya tulis yang sudah terpublikasi berupa Book Chapter adalah:

1. Peningkatan Ekonomi Desa Wisata Tanjung Lesung
2. Manajemen Bisnis
3. Pengantar Bisnis Kuliner
4. Kewirausahaan: Kebal Hadapi Ancaman Resesi Global 2023
5. Manajemen Usaha Jasa
6. Manajemen Sumber Daya Manusia





**Nur Fadiillah Suprayitno, S.E., M.M** lahir di Teppoe, Soppeng pada tanggal 12 September 1994. Penulis menempuh pendidikan S1 jurusan Manajemen Keuangan di STIM Yapim Maros, kemudian penulis melanjutkan pendidikan S2 Megister Manajemen di Universitas Muslim Indonesia. Saat ini penulis tercatat sebagai salah satu dosen tetap Prodi

Bisnis Digital di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Amika Soppeng.



**Yosi Fadillah, SE., MM** lahir di Jambi pada 31 Desember 1997 ia lulus pada tahun 2019 untuk jenjang S1 di universitas jambi serta mendapatkan Gellar magister manajemen pada tahun 2021 di universitas Jambi fakultas ekonomi dan bisnis saat ini ia tercatat sebagai dosen di universitas dinamika bangsa Adapun penelitian penelitian yang pernah dilakukannya

diantaranya berjudul : Orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan media sosial terhadap kinerja pemasaran dengan keunggulan bersaing sebagai intervening pada ukm di kota jambi, pengaruh e- service quality dan experiential marketing terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna e-wallet Shopeepay di kota jambi, influence of business success factors on micro business success in entrepreneurship in jambi city, dan media sosial terhadap kinerja pemasaran di mediasi oleh keunggulan bersaing pada ukm kota jambi



**I Ketut Sirna, SH., MM** lahir di Jembrana Bali pada tanggal 26 April 1962. Sebagai Dosen Tetap dan aktif di Universitas Dhyana Pura, Program Studi Manajemen, dan sebagai peneliti di bidang Manajemen, Pariwisata, Hotel, Ekonomi, Social dan Budaya, dan aktif dalam pengambdian masyarakat serta sebagai pendamping desa wisata di Bali barat, pada kegiatan akademik dipercaya sebagai Pembimbing

Akademik untuk Mahasiswa Prodi Manajemen, dan sebagai Instruktur pelatihan Perhotelan di PPLP Dhyana Pura dari tahun 1997 sampai 2019, dan beberapa pengalaman yang menarik, pernah bekerja sebagai praktisi di hotel bintang lima, sedari tahun 1984-1993, sebagai front liner,

dari tahun 1994-2002, sebagai cost controller, dari tahun, 2002-2008 sebagai Log & Purchasing manajer, dari tahun 2008-2011, sebagai Training Manajer, dari tahun 2011-2018 sebagai Quality Assurance Manajer, dan bergabung aktif sebagai Asesor Kompetensi Hotel bagian Front office dari tahun 2010 sampai sekarang, dan dari tahun 2014 sampai sekarang masih dipercaya sebagai Auditor & Lead Auditor hotel bintang di LSU Bina Harapan Mulia, dan tahun 2020, dipercaya sebagai Auditor & Lead Auditor CHSE di bidang Hotel, Pondok Wisata, Restoran, Destinasi dari Kemenparekraf/TUV Rheninland. Dan catatan penting pada hotel bintang lima pernah sebagai Ketua Proper tahun 2011-2017, untuk Lingkungan hotel, dalam penyusunan AMDAL, UPL, UKL bekerjasama dengan Pertamina Pesero, dengan meraih peringkat Proper Biru.

Adapun beberapa buku yang pernah ditulis, diantaranya berjudul :

1. Strategi Pengembangan Desa Wisata Menjadi Desa Unggul Berdaya Saing Dan Mandiri
2. Bahan Ajar Keselamatan Kesehatan Kerja Karyawan,
3. Manajemen Risiko Hotel
4. Buku Kebencanaan Hospitality Industry
5. Bahan ajar Manajemen Operasi.
6. Pengantar Bisnis Kuliner
7. Manajemen Sumber Daya Manusia
8. Basic Kitchen Theory



**Bagus Dwi Hari Setyono, S.Pi., M.P.** lahir di Kota Mataram pada tanggal 3 Agustus 1984. Program Sarjana dan Magister diselesaikan di Universitas Brawijaya, Malang pada tahun 2006 dan 2008. Sejak tahun 2009 menjadi dosen Program Studi Budidaya Perairan, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram. Saat ini ia tercatat sebagai dosen tetap untuk mata kuliah Teknologi Budidaya Perairan Tawar, Teknologi Budidaya Perairan Payau, Teknologi Budidaya Ikan Hias, Manajemen Agribisnis Perikanan, dan Kewirausahaan. Selain mengajar ia aktif dalam kegiatan tridarma lainnya diantaranya ialah penelitian dan pengabdian. Saat ini ia diamanahi sebagai ketua Program Studi D3 Budidaya Perikanan Program Vokasi Universitas Mataram (PDD) di Kabupaten Lombok Utara.

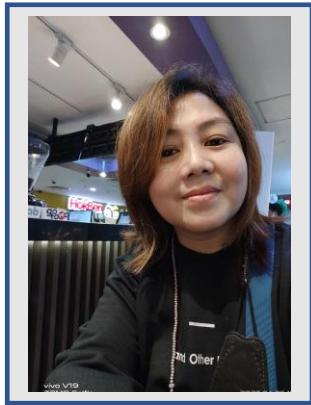


**Dini Hamidin, S.Si., MBA., MT.** lahir di Kota Bandung dan lulus sekolah dari SMA 1 Bandung di tahun 1994. Kemudian melanjutkan kuliah D3 dan S1 di Ilmu Komputer Fakultas MIPA Universitas Padjadjaran, dan melanjutkan kuliah hingga mendapat 2 gelar Magister Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi

Institut Teknologi Bandung. Saat ini ia tercatat sebagai dosen tetap untuk mata kuliah Sistem Informasi Manajemen, Digital Bisnis, Literasi Digital, Interaksi Manusia dan Komputer, Analisis dan Perancangan Sistem Informasi, Model Bisnis Digital/Ecommerce dan Supply Chain Manajemen dan Rekayasa Perangkat Lunak, Metodologi Penelitian, dan Interaksi Manusia Komputer di Politeknik Pos Indonesia yang sekarang berganti nama menjadi Universitas Logistik dan Bisnis Internasional di Bandung. Selain mengajar ia aktif dalam kegiatan tridharma lainnya diantaranya ialah penelitian dan pengabdian. Kegiatan penelitian internal dan eksternal pernah dilakukannya. Beberapa penelitian yang berhasil didanai oleh Ristekdikti dari tahun 2015 hingga 2020 berkaitan dengan perencanaan, perancangan dan penggunaan teknologi informasi di bidang logistik dan supply chain management dan telah memiliki beberapa hak cipta atas perangkat lunak dan berbagai konsep strategi dan perencanaan teknologi informasi yang dilaksanakan bersama tim peneliti dan mahasiswa. Sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat pernah terlibat aktif sebagai trainer di bimbingan teknis bantuan TIK SMP pada tahun 2021, menjadi Tutor Online di Universitas Terbuka serta beberapa kali sebagai narasumber di berbagai pelatihan dan pada kegiatan webinar. Adapun karya buku yang telah



ditulisnya sejak tahun 2017, diantaranya berjudul : Analisis dan Perancangan Sistem Informasi, Perspektif Pedagogik Manajemen Pendidikan, Transformasi Indonesia Menuju Cashless Society, Strategi Pemasaran di Era Digital, dan Etika Profesi Teknologi Informasi dan Komunikasi, Technopreneurship dan Rekayasa Perangkat Lunak.



**Yuniati Fransisca, S.E., M.M.** lahir di Kota Bandung pada tanggal 5 Juli. Lulus pada tahun 2010 dan mendapat gelar Magister Manajemen dari Universitas Kristen Maranatha Bandung. Saat ini ia tercatat sebagai dosen tetap untuk mata kuliah Manajemen Pemasaran di Universitas Nurtanio Bandung. Selain mengajar ia aktif dalam kegiatan tridarma

lainnya diantaranya ialah penelitian dan pengabdian. Saat ini penulis diamanahi sebagai Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan di Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung. Penulis juga sempat beberapa kali bertugas sebagai reviewer pada Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung



**Reza Kurniawan, S.E., M.M.** Kelahiran Kota Bandung. Lulus pada tahun 2009 dengan mendapat gelar Magister Manajemen di Universitas Widyatama. Saat ini berprofesi sebagai dosen tetap di Universitas Nurtanio Bandung. Selain aktif mengajar melakukan kegiatan tridarma lainnya diantaranya ialah penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

Terlibat aktif sebagai konsultan baik di instansi pemerintahan maupun swasta dan menjadi tenaga ahli sampai saat ini. Adapun karya buku yang pernah ditulis pada tahun 2011 yang berjudul Pengantar Akuntansi yang diterbitkan oleh CV Wahana Karya Grafika dengan ISBN 978-602-8609-21-0. Buku bunga rampai dengan judul Strategi Pemasaran di Era Digital 2022 yang diterbitkan oleh Penerbit Haura Utama dengan ISBN 978-623-5368-283, Buku Manajemen Bisnis yang diterbitkan oleh Penerbit Tohar Media dengan ISBN 978-623-5603-86-5, Buku Perilaku Organisasi yang diterbitkan oleh Penerbit Tohar Media dengan ISBN 978-623-5603-88-9, Buku Pengantar Ekonomi Mikro, Buku Akuntansi Manajemen serta Manajemen Keuangan.



**Istikomah, SE., MM.** lahir di Purwakarta pada tanggal 13 Februari 1980 dan sekarang menetap di Kota Bandung. Menyelesaikan pendidikan Sarjana strata 1 di Universitas Pasundan Bandung Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen dan Pasca Sarjana s2 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pasundan Bandung pada tahun 2013. Saat ini sedang menempuh

pendidikan Magister Ekonomi Manajemen di Universitas Pasundan Bandung. Dan menjadi Dosen Tetap di Perguruan Tinggi Swasta di Bandung. Selain mengajar ia aktif dalam kegiatan tridarma lainnya diantaranya penelitian dan pengabdian. Dan tercatat sebagai anggota dari Forum Komunikasi Dosen.



**Muhammad Satar, SE.,MM** lahir di Simalungun Sumatera Utara pada tanggal 10 Maret 1963, Lulus Magister pada tahun 2014 dengan gelar Magister Manajemen dari Universitas Sangga Buana. Sejak tahun 1998 saya sudah tercatat sebagai dosen tetap pada ASM Ariyanti Bandung dan sejak tahun 2006 pindah homebase di Program studi Teknik dan Manajemen Pembekalan Universitas Nurtanio

Bandung. Tentunya sebagai dosen tetap dengan jabatan fungsional Lektor dan sebagai dosen tetap dengan tugas

tambahan sebagai Wakil Rektor III bidang Kemahasiswaan sejak tahun 2019 sampai saat ini.

Mengawali karir sebagai karyawan Bank Pembangunan Daerah Timor Timur sejak tahun 1984 s.d 1992 di Propinsi termuda Republik Indonesia kala itu yaitu Timor Timur, dan selanjutnya mndapat tugas belajar untuk menyelesaikan pendidikan D-3 di STIE YPKP tahun 1995 dan setelahnya dilanjutkan menyelesaikan program strata-1 selesai tahun 1997, ternyata Timor Timur terjadi pergolakan yang membawa referendum dan akhirnya memisahkan diri dari NKRI, maka sejak itulah saya melanjutkan karir saya sebagai tenaga dosen pada ASM Ariyanti Bandung dan terus berlanjut sampai saat ini.

Manajemen adalah salah satu aspek yang sangat urgent dalam kehidupan kita, baik dalam bidang profesional maupun dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Manajemen merupakan ilmu yang sangat diminati berbagai kalangan dan ilmu yang tak lekang dimakan waktu.

Materi buku ini memberikan materi pengantar atau yang sifatnya mendasar dari ruang lingkup manajemen. Artinya, materi yang diajarkan di dalamnya bisa disebut sebagai materi “pemanasan” sebelum mempelajari materi lain di manajemen yang lebih detail dan mendalam. Meskipun memberikan materi yang sifatnya mendasar, justru dengan karakter ini akan membuatnya menjadi materi yang krusial untuk dikuasai. Sebab, tanpa memahami hal yang mendasar maka dijamin akan kesulitan untuk memahami materi lebih detail dan rumit

Buku ini akan sangat bermanfaat sebagai bahan rujukan dan menambah wawasan yang luas tentang ilmu pengantar manajemen dalam dunia pendidikan, lembaga dan yang lainnya. khususnya bagi para mahasiswa, praktisi, peneliti, akademisi dan masyarakat. Buku ilmu pengantar manajemen ini terdiri dari 11 BAB yang ditulis dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh seluruh kalangan pembaca dengan tujuan agar dapat bermanfaat dan memberikan informasi yang tepat.

Adapun buku ini dapat pula dijadikan sebagai acuan dasar bagi para pembaca dalam tahap awal mempelajari ilmu pengantar manajemen dan organisasi. Semoga dengan adanya buku ini dapat menambah khazanah keilmuan khususnya bagi para akademisi dan masyarakat luas pada umumnya.



**Penerbit Haura Utama**

Anggota IKAPI Jawa Barat  
Instagram: @haurautama  
Website: penerbhaura.com  
Email: haurautama@gmail.com

ISBN 978-623-492-674-3

