

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

Manajemen

PERUSAHAAN MODERN

Tim Penulis:

Tiris Sudrartono, S.E., M.M., Euis Hernawati, S.E., M.M., Dra. Widwi Handari Adji, M.M.,
Wiwi Warsiati, S.E., M.M., Siti Insani, S.E., M.A.B., Kasino Martowinangun, S.Sos., M.M.,
Dr. Hj. Ai Nunung, M.AP., Kartika Legistari, S.Tr., Akun., M.M., Wilma Zuarko Adji, S.Sos., M.M.,
Dian Candra Fatimah, S.P., M.M., Nuniek Dewi Pramanik, S.E., M.M., Jusuf Nurdin, S.Si., M.M.,
Dini Paryanti, S.E., M.Ak., CPTT., Arimbi Triswastika, S.E., M.Ak., E. Wityasminingsih, S.Pd., M.Hum.



Manajemen

PERUSAHAAN MODERN

Tim Penulis:

Tiris Sudrartono, S.E., M.M., Euis Hernawati, S.E., M.M., Dra. Widwi Handari Adji, M.M.,
Wiwi Warsiati, S.E., M.M., Siti Insani, S.E., M.A.B., Kasino Martowinangun, S.Sos., M.M.,
Dr. Hj. Ai Nunung, M.AP., Kartika Legistari, S.Tr., Akun, M.M., Wilma Zuarko Adji, S.Sos., M.M.,
Dian Candra Fatihah, S.P., M.M., Nuniek Dewi Pramanik, S.E., M.M., Jusuf Nurdin, S.Si., M.M.,
Dini Paryanti, S.E., M.Ak., CPTT., Arimbi Triswastika, S.E., M.Ak., E. Wityasminingsih, S.Pd., M.Hum.



MANAJEMEN PERUSAHAAN MODERN

Tim Penulis:

Tiris Sudrartono, Euis Hernawati, Widwi Handari Adji, Wiwi Warsiati, Siti Insani,
Kasino Martowinangun, Ai Nunung, Kartika Legistari, Wilma Zuarko Adji,
Dian Candra Fatihah, Nuniek Dewi Pramanik, Jusuf Nurdin,
Dini Paryanti, Arimbi Triswastika, E. Wityasminingsih.

Desain Cover:

Septian Maulana

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

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

ISBN:

978-623-500-260-6

Cetakan Pertama:

Juni, 2024

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. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

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

Telepon (022) 87355370

PRAKATA

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 Perusahaan Modern telah selesai disusun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan Manajemen Perusahaan Modern.

Buku ini merupakan salah satu wujud perhatian penulis terhadap Manajemen Perusahaan Modern. Manajemen Perusahaan adalah aktivitas mengatur dan mengelola perusahaan melalui berbagai komponen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien. Manajemen Perusahaan merupakan bidang kajian manajemen, menjadi penting karena Pengelolaan sumber daya perusahaan merupakan pokok segala kegiatan organisasi perusahaan. Semua organisasi harus memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki agar tujuan dapat dicapai dengan lebih mudah. Sumber daya yang dimiliki perusahaan sangat berperan dan dominan dalam manajemen. Adapun Fungsi Manajemen Perusahaan, terdiri dari 2 macam, yaitu menyangkut Manajerial dan Operasional. Perubahan lingkungan politik, teknologi dan globalisasi yang terjadi saat ini mendorong perusahaan nasional memperluas bisnisnya ke luar negeri melintasi batas negara. saat ini ditunjukkan dengan meningkatnya arus investasi asing dan negara berkembang sebagai pilihan negara tujuan investasi, sekaligus memberi gambaran bahwa semakin banyaknya perusahaan dengan modal asing (PMA) di dalam negeri. Manajemen Perusahaan global adalah pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan secara global untuk mencapai tujuan organisasi tanpa memandang batas-batas geografis. Perusahaan tentu menginginkan pertumbuhan dan perkembangan perdagangan dan nilai juga setiap tahunnya. Dalam rangka tersebut, Perusahaan pun harus menambahkan asetnya. “Dengan bertambahnya aset, sumber dana spontan (sumber dana jangka pendek yang dipengaruhi oleh perubahan penjualan seperti utang usaha dan utang akrual) juga ikut bertambah”. Ketika perusahaan membutuhkan anggaran melebihi besaran laba ditahan dalam rangka menambah aset, maka dapat menambah dana dari luar ruang lingkup perusahaan.

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.

Juni, 2024

Tim Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 MANAJEMEN PEMASARAN	1
A. Pendahuluan	1
B. Konsep Pemasaran	3
C. Riset Pasar	4
D. Penetapan Harga	7
E. Promosi	10
F. Distribusi	12
G. Rangkuman Materi	15
BAB 2 MANAJEMEN KEUANGAN	17
A. Pendahuluan	17
B. Pembahasan	19
C. Rangkuman Materi	33
BAB 3 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	37
A. Pendahuluan	37
B. Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia	38
C. Perencanaan Sumber Daya Manusia	39
D. Rekrutmen dan Seleksi Karyawan	40
E. Pengembangan Sumber Daya Manusia	42
F. Kompensasi	42
G. Manajemen Karier	43
H. Penilaian Kinerja	45
I. Mutasi, Promosi, Demosi, dan PHK	47
J. Manajemen Sumber Daya Manusia Global	51
K. Rangkuman Materi	52
BAB 4 MANAJEMEN OPERASIONAL	55
A. Pendahuluan	55
B. Pengertian Manajemen Operasional	55
C. Ruang Lingkup	59
D. Fungsi Operasional	60
E. Model Keputusan Manajer Operasional	62
F. Produktivitas	64
G. Macam-Macam Produktivitas	65
H. Rangkuman Materi	65

BAB 5 MANAJEMEN STRATEGI	69
A. Pengantar Manajemen Strategis	69
B. Analisis Lingkungan Bisnis	70
C. Strategi Bisnis	72
D. Pengukuran Kinerja Strategis	78
E. Rangkuman Materi	81
BAB 6 MANAJEMEN PROYEK	85
A. Pendahuluan	85
B. Rincian Pembahasan Materi	86
C. Rangkuman Materi	101
BAB 7 MANAJEMEN INFORMASI	105
A. Pendahuluan	105
B. Rincian Pembahasan Materi	106
C. Rangkuman Materi	116
BAB 8 MANAJEMEN KUALITAS	119
A. Pendahuluan	119
B. Apa Itu Manajemen Kualitas?	120
C. Komponen Utama dalam Manajemen Kualitas	123
D. Prinsip Manajemen Kualitas	124
E. Komponen Utama dalam Manajemen Kualitas	125
F. Apa Saja Kriteria Manajemen Kualitas?	126
G. Cara Menerapkan Sistem Manajemen Kualitas	126
H. Tahapan Manajemen Kualitas	129
I. Rangkuman Materi	129
BAB 9 MANAJEMEN INOVASI	133
A. Pendahuluan	133
B. Manajemen	133
C. Fungsi-Fungsi Manajemen	135
D. Keahlian-Keahlian Manajemen	136
E. Kreativitas dan Inovasi	137
BAB 10 MANAJEMEN ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL	149
A. Pendahuluan	149
B. Etika Bisnis	152
C. Tanggung Jawab Sosial	156
D. Hubungan Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial	158
E. Rangkuman Materi	161
BAB 11 MANAJEMEN RANTAI PASOK	165
A. Pendahuluan	165
B. Definisi Manajemen Rantai Pasok	167
C. Tujuan Manajemen Rantai Pasok	167

D. Manfaat Manajemen Rantai Pasok	168
E. Komponen Dasar dari Manajemen Rantai Pasok	169
F. Prinsip-Prinsip dalam Manajemen Rantai Pasok	169
G. Elemen dalam Manajemen Rantai Pasok	170
H. Proses dalam Manajemen Rantai Pasok	171
I. Contoh Manajemen Rantai Pasok	172
J. Dampak Perusahaan Tidak Mengelola Rantai Pasok Secara Baik	174
K. Rangkuman Materi	175
BAB 12 MANAJEMEN QUALITY CONTROL	179
A. Pendahuluan	179
B. Produk Cacat dan Rusak	180
C. Sistim <i>Statistical Process Control</i> (SPC)	181
D. <i>Control Chart</i> :	184
E. Optimalisasi Produk	186
F. Manfaat Penerapan SPC:	186
G. <i>Six Sigma</i> , DPMO dan DMAIC	186
H. Tahap-Tahap Proses DMAIC	187
I. <i>Tools</i> untuk SPC:	188
BAB 13 SISTEM MANAJEMEN K3 (KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA) 191	191
A. Pendahuluan	191
B. Terwujudnya Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja	192
C. Pentingnya Membangun Komite Pekerjaan Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan	193
D. Menetapkan Kebijakan Keselamatan dan Kesehatan Kerja	194
E. Terciptanya Sasaran Tentang Sistem Keselamatan dan Kesehatan Kerja	196
F. Penegakan Keselamatan dan Kesehatan Kerja Sistem Manajemen ..	197
G. Penilaian Kemajuan dalam Keselamatan dan Kesehatan	200
H. Rangkuman Materi	210
BAB 14 MANAJEMEN AUDIT	213
A. Pendahuluan	213
B. Rincian Pembahasan Materi	214
C. Rangkuman Materi	220
BAB 15 MANAJEMEN BAHASA	223
A. Pendahuluan	223
B. Strategi Komunikasi Bahasa dalam Organisasi	225
C. Kebijakan Bahasa Perusahaan	228
D. Penerapan Manajemen Bahasa dalam Konteks Bisnis dan Pemerintahan	231
E. Tantangan dan Peluang dalam Manajemen Bahasa	236

F. Rangkuman Materi	237
GLOSARIUM	242
PROFIL PENULIS	248

BAB 1

MANAJEMEN PEMASARAN

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

Politeknik Piksi Ganesha Bandung

A. PENDAHULUAN

Kegiatan dalam bidang pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia bisnis, hal ini disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan dimana perusahaan dapat berhubungan langsung dengan konsumen. Kegiatan pemasaran ini harus memberikan kesan yang baik di mata konsumen. Perusahaan harus memberikan layanan serta hasil produk berupa barang dan jasa yang terbaik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen karena kepuasan konsumen menjadi tolak ukur serta keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan produk yang berkualitas dan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan suatu nilai kepada pelanggan, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif dan efisien serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Untuk mewujudkan hal tersebut, diperlukan manajemen yang baik dalam pemasaran pada suatu perusahaan. Manajemen perusahaan adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Pemasaran bagi seluruh pelaku bisnis adalah suatu kegiatan yang sangat penting karena berpengaruh bagi kelangsungan hidup, laba dan pertumbuhan. Berdasarkan pendapat ahli mengenai pengertian pemasaran: Menurut (Laksana, 2019) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang dan jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktivitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen. Menurut (Kotler, 2002), *Marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing is meeting needs profitably.* Menurut (Tjiptono, F ; Anastasia, 2016) pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan,

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. (2022). The Effect of Service Quality and Price on Patient Satisfaction. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 4(3), 77–83. <https://doi.org/10.55683/jrbee.v4i3.371>
- ELLIYANA, E. dkk. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran ELA ELLIYANA LIDIANA TRI SIWI AGUSTINA YENI SEDYONINGSIH HABIBIE KADIR ABDUROHIM BAYU IMANUDDIN E. ELIA ARDYAN YULIANI LILI MARLINAH H. MOHDARI H. GAZALI FEBRISI DWITA SISWATI RACHMAN NIA KURNIATI BACHTIAR* Penerbit: AHLIMEDIA PRESS (Vol. 1).
www.ahlimediapress.com
- Frans Sudirjo. (2023). Riset Pemasaran.
[chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.researchgate.net/profile/Budi-Harto/publication/368575247_Riset_Pemasaran/links/63ef3c552958d64a5cd84647/Riset-Pemasaran.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Budi-Harto/publication/368575247_Riset_Pemasaran/links/63ef3c552958d64a5cd84647/Riset-Pemasaran.pdf)
- Kotler, P. (2002). *Buku Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, Manajemen Dan Strategi Pemasaran Dalam Bisnis (Nomor September 2020)*.
- Laksana, A. B. (2019). Naming God Together: Muslim-Christian Theology of Mercy in the Indonesian Context. *Journal of Asian Orientation in Theology*, 01(01), 1–30. <https://doi.org/10.24071/jaot.2019.010101>
- Nurani, S. R. (2016). Peranan Riset Pasar Dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan. *Ekonologi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 127–130.
<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/view/1136>
- Ricky W Griffin dan Ronald J. Ebert. (2016). *Business Eight Edition (Sita Wardani (ed.))*. Erlangga, Jakarta.
- SUDRARTONO, T. (2019). Efektivitas Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Daya Saing Produk Boneka (Studi Kasus pada Sentra Industri Boneka Sukamulya Bandung). *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 203–209. <https://doi.org/10.35899/biej.v1i3.65>
- Tjiptono, F ; Anastasia, D. 2018 : (2016). *Strategi Promosi. Dasar-Dasar Ilmu Politik*, 13, 17–39.
- Unitas, L. S.-, & 2000, undefined. (2020). Model dalam strategi penetapan harga. *Repository.Ubaya.Ac.Id*, 4(2), 248–253.
<http://repository.ubaya.ac.id/45>

BAB 2

MANAJEMEN KEUANGAN

Euis Hernawati, S.E., M.M.
Politeknik Piksi Ganesha Bandung

A. PENDAHULUAN

Faktor finansial sebagai hal sangat krusial dalam dalam pengelolaan perusahaan. Agar bisa membantu kegiatan operasi yang dilakukan perusahaan, pengelolaan keuangan harus dapat dilakukan secara efisien, dan transparan. Biasanya ada sebuah divisi khusus yang bertugas mengurus keuangan dalam perusahaan. Keterampilan seorang manajemen dalam menyesuaikan diri dengan pergantian, memenuhi seluruh kepentingan entitas agar proses usaha dapat berjalan sesuai tujuan awal, menanamkan modal ke dalam *asset* entitas serta keterampilan dalam mengelola keuangan secara bijak tentu dapat mempengaruhi keberhasilan sebuah entitas. Jika manajer keuangan bisa mengembangkan perusahaan dengan berbagai keadaan ekonomi entitas pun juga akan memiliki posisi yang lebih menguntungkan. Apabila pengalokasian dana dalam skala yang lebih besar dilakukan secara kurang tepat, perkembangan ekonomi entitas pun juga akan dalam kondisi yang buruk.

Pengalokasian kekayaan perusahaan secara efisien merupakan hal yang dapat menentukan kondisi perkembangan ekonomi secara ideal didalam perekonomian. Kondisi tersebut juga sangat diperlukan dalam memberikan jaminan kepada pihak-pihak yang berkepentingan agar mencapai rasa puas yang tinggi untuk kepentingan personal mereka. Dengan melakukan penanaman modal, membelanjakan serta mengelola aset secara tepat, maka manajer keuangan telah memberikan sumbangsih kepada perkembangan kemakmuran entitas serta perkembangan ekonomi keseluruhan entitas.

Masalah keagenan (*agency problem*) merupakan pengaruh dari adanya variasi arah ataupun tujuan dari masing-masing pemilik kepentingan. Manajemen dan pemilik modal. Dimana yang mengelola entitas adalah manajemen juga pemilik modal sebagai pemilik entitas yang memberikan kepercayaan bagi para manajer dalam mengelola perusahaannya. *Agency problem* diakibatkan karena permasalahan atau perbedaan pendapat antara agen dan pemilik. Seharusnya, agen dapat berusaha untuk menghasilkan keuntungan yang dapat memberikan kesejahteraan bagi pemilik. Namun

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. (2019). Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan. Jakarta: Kencana
- Brigham, F. Eugene & Michael C. Erhardt. (2011). Financial Management Theory and Practice (13th ed.). USA: South-Western Cengage Learning
- Harjito, A & Martono. (2013). Manajemen Keuangan (2nd ed.). Yogyakarta: EKONISIA
- Hery. (2012). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Bumi Aksara
- Kasmir. (2014). Analisa Laporan Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- M. Hanafi, M. (2014). Manajemen Keuangan. Yogyakarta: BPFE-UGM
- Wijaya, D. (2017). Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya. Jakarta: Grasindo

BAB 3

MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Dra. Widwi Handari Adji, M.M.
Politeknik Piksi Ganesha Bandung

A. PENDAHULUAN

Manajemen Perusahaan adalah aktivitas mengatur dan mengelola perusahaan melalui berbagai komponen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien. Komponen yang dikelola sangat beragam, kita mengenalnya dengan istilah perangkat manajemen, yaitu *man, money, machine, methode, market, material* dan *minute*. Salah satu perangkat pokok dalam pembahasan di bagian ini lebih *focus* kepada peran manusia (*man*). Kita mengenalnya sebagai istilah sumber daya insani (manusia).

Pengelolaan sumber daya Insani (manusia) merupakan pokok segala kegiatan organisasi. Semua organisasi harus memanfaatkan berbagai sumber daya agar tujuan dapat dicapai dengan lebih mudah. Manusia dalam organisasi merupakan *factor* yang sangat penting untuk mencapai tujuan dalam organisasi, sebab dengan *skill* yang dimiliki para pekerja serta kualitas sumber daya insani (manusia) dapat menggerakkan organisasi secara komprehensif sehingga tujuan dapat dicapai secara efektif dan efisien. Manajemen sumber daya insani (Manusia), merupakan ilmu dan seni mengelola hubungan dan peran manusia dalam organisasi sebagai sarana pencapaian tujuan organisasi, sehingga tujuan individu (karyawan), organisasi (perusahaan) dan masyarakat tercapai secara optimal.

Secara mendasar, semua perusahaan pasti memiliki bagian Human Resources/kepegawaian, yaitu bagian yang bertugas mengelola semua karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut, agar mereka dapat bekerjasama secara optimal menjalankan fungsinya masing-masing yang secara terkait dan berkesinambungan dalam mencapai tujuan bersama yang telah disepakati sebagai tujuan organisasi/Perusahaan.

Untuk memudahkan pemahaman pembaca, apa yang akan dibahas pada bagian ini, ada baiknya kita mengutip pendapat para ahli tentang definisi pengelolaan sumber daya manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah & Hanafi, R. (2002). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Antony, W. P. (2010). *Human Resources Management*. New York: The Dryden Press.
- Bernadin, R. (2003). *Human Resource Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dessler Gary.(2009).*Manajemen Sumber Daya Manusia jilid 2*.Jakarta:PT Indeks
- Gomes, F. C. (2003). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hafidhuddin, D., & Tanjung, H. (2003). *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Prses.
- Handoko, T. H. (1987). *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hariandja, M. T. E. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia.
- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jusmaliani. (2011). *Pengelolaan Sumber Daya Insani*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muntu, R. R., Lengkong, V. P., & Kawet, R. C. (2017). Pengaruh Seleksi, Pelatihan Dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(3).
- Rivai, V., & Sagala, E. J. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Lembaga*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Siagian, S. P. (1995). *Administrasi Kekaryawanan Teori Motivasi dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Simamora, H. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Simamora. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Aditama Media.
- Singodimedjo, M. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Surabaya: SMMAS.
- Sunyono, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS.
- Sutrisno, E. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Pustaka Kencana.

BAB 4

MANAJEMEN OPERASIONAL

Wiwi Warsiati, S.E., M.M.
Politeknik Piksi Ganesha Bandung

A. PENDAHULUAN

Semua organisasi menciptakan produk, jasa, atau ide-ide untuk pelanggan. Organisasi tersebut memiliki cara yang berbeda-beda dalam mentransformasikan sumber daya yang dimilikinya menjadi produk yang dikonsumsi oleh pelanggan. Rumah sakit, misalnya, menggunakan prosedur admisi yang hampir sama, sedangkan perusahaan media sosial, seperti Facebook dan Twitter, menggunakan teknologi dan sistem operasional yang mampu menciptakan jejaring sosial dan menjual periklanan.

Operasional dapat dipandang sebagai proses transformasi yang mengonversi *input* menjadi *output* dengan adanya tambahan nilai (*value added*). Manajemen operasional merupakan studi mengenai proses yang secara langsung berhubungan dengan penciptaan dan pendistribusian produk dan jasa. Manajer operasional harus memahami bagaimana mengelola kegiatan operasional secara efisien dalam organisasi atau perusahaannya. Oleh karena itu, manajer operasional memerlukan pengembangan keahlian dalam mengoordinasi kegiatan operasional yang melibatkan banyak sumber daya, seperti sumber daya manusia, material, peralatan, teknologi, prosedur, dan sebagainya.

Selanjutnya, organisasi atau perusahaan juga harus memilih cara untuk dapat memenangkan persaingan. Strategi perusahaan didefinisikan sebagai berikut: bagaimana perusahaan akan bersaing di pasar dengan cara terbaik. Perumusan strategi melibatkan penentuan tugas atau peran utama perusahaan, menilai kompetensi inti yang dimiliki, serta menentukan kualifikasi organisasi dan posisi organisasi

B. PENGERTIAN MANAJEMEN OPERASIONAL

Manajemen operasional adalah seperangkat kegiatan menciptakan nilai produk ataupun jasa yang dihasilkan melalui proses transformasi dari masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*) (Heizer, J. 2014). Sementara itu, (Russell, R.S. 2011) menyatakan bahwa manajemen operasional meliputi mendesain, mengoperasikan, dan memperbaiki sistem produksi, yaitu sistem

DAFTAR PUSTAKA

- Chase, R.B.; F.R. Jacobs; dan N.J. Aquilano. 2006. *Operations Management for Competitive Advantage*. Edisi Ke 1. New York: McGraw-Hill/ Irwin.
- Haksever, C.; B. Render; R.S. Russell; dan R.G. Murdick. 2000. *Service Management and Operations*. Edisi Kedu. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Heizer, J., dan B. Render. 2014. *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Edisi 11. New York: Pearson.
- Krajewski, L.J.; L.P. Ritzman; dan M.K. Malhotra. 2007. *Operations Management: Processes and Value Chains*. Edisi Ke 8. New York: Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
- Russell, R.S., dan B.W. Taylor III. 2011. *Operations Management*. Ketujuh. New York: John Wiley & Sons.
- Stevenson, W.J. 1998. *Production Operations Management*. Edisi 6. New York: McGraw-Hill.

BAB 5

MANAJEMEN STRATEGI

Siti Insani, S.E., M.A.B.

Politeknik Piksi Ganesha Bandung

A. PENGANTAR MANAJEMEN STRATEGIS

Definisi Manajemen Strategis

Manajemen strategis adalah proses perencanaan, pengimplementasian, dan pengawasan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjangnya dengan memperhitungkan kondisi eksternal dan internal yang ada. Ini melibatkan identifikasi misi, visi, serta nilai-nilai inti perusahaan, serta penentuan tujuan-tujuan strategis dan langkah-langkah taktis untuk mencapainya. Manajemen strategis juga mencakup analisis lingkungan eksternal dan internal untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta kekuatan dan kelemahan, yang dapat mempengaruhi kinerja organisasi. Selain itu, manajemen strategis juga melibatkan alokasi sumber daya yang optimal dan pengembangan strategi yang sesuai untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan yang dihadapi oleh organisasi.

Pentingnya Manajemen Strategis

Manajemen strategis adalah proses perencanaan, pengimplementasian, dan pengawasan keputusan serta langkah-langkah yang diambil oleh sebuah organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Berikut adalah beberapa alasan mengapa manajemen strategis sangat penting bagi suatu organisasi:

- a. **Mengarahkan Visi dan Misi Organisasi:** Manajemen strategis membantu organisasi untuk menetapkan visi jangka panjang dan misi yang jelas. Ini membantu seluruh anggota organisasi memahami arah yang diinginkan dan fokus untuk mencapai tujuan bersama.
- b. **Pengambilan Keputusan yang Tepat:** Dengan adanya manajemen strategis, organisasi dapat membuat keputusan yang lebih baik dan lebih tepat dalam hal alokasi sumber daya, pengembangan produk, ekspansi pasar, dan strategi lainnya yang berdampak pada keberhasilan jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- "Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant" oleh W. Chan Kim dan Renée Mauborgne.
- "Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors" oleh Michael E. Porter.
- "Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage" oleh Arthur A. Thompson Jr., A. J. Strickland III, dan John E. Gamble.
- "Exploring Strategy: Text and Cases" oleh Gerry Johnson, Richard Whittington, et al.
- "Good Strategy Bad Strategy: The Difference and Why It Matters" oleh Richard P. Rumelt.
- "Measuring Corporate Performance" oleh Andrew Black.
- "Strategic Management: Concepts and Cases" oleh Fred R. David dan Forest R. David.
- "Strategic Management: Concepts" oleh Frank T. Rothaermel.
- "Strategic Management: Text and Cases" oleh Gregory Dess, Gerry McNamara, et al.
- "The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment" oleh Robert S. Kaplan dan David P. Norton.

BAB 6

MANAJEMEN PROYEK

Kasino Martowinangun, S.Sos., M.M.
Politeknik Piksi Ganesha Bandung

A. PENDAHULUAN

Manajemen Proyek berasal dari kata “manajemen dan proyek”. Manajemen berasal dari kata “*manage*” yang mengandung arti mengatur, merencanakan, mengelola, mengusahakan dan memimpin yang berasal dari bahasa Inggris. Ilmu manajemen ini sangat diperlukan agar kinerja suatu organisasi dapat berjalan efektif dan efisien.

Pendapat para ahli terkait kata “*management*” yakni:

- a. Menurut George R. Terry, manajemen adalah suatu proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.
- b. Henry Fayol berpendapat bahwa manajemen merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan terhadap sumber daya untuk mencapai tujuan efektif dan efisien dalam proses kerjanya.

Manajemen ini memiliki tujuan antara lain:

- a. Bertujuan untuk menentukan arah dan strategi efektif dan efisien untuk mencapai program kerja yang telah dibuat sebelumnya;
- b. Untuk mengevaluasi dan mengkaji ulang terhadap hasil yang sudah dicapai, untuk menentukan aksi selanjutnya, melakukan perbaikan serta peningkatan, dan membuat strategi untuk peningkatan kinerja masa datang.

Dalam mencapai tujuan tersebut manajemen memiliki beberapa fungsi, mengacu pada pendapat Henry Fayol manajemen berfungsi dengan proses sebagai berikut:

1. Perencanaan (*Planning*), merupakan suatu rangkaian proses penetapan tujuan organisasi dan menentukan strategi yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Proses perencanaan ditujukan untuk masa yang akan datang karena pada masa yang akan datang penuh dengan ketidakpastian. Perencanaan berupa penentuan langkah awal yang memungkinkan suatu organisasi dapat mencapai tujuannya dan juga berhubungan dengan

DAFTAR PUSTAKA

- Budi, S. (2009). *Manajemen proyek: Konsep dan implementasi*. Graha Ilmu.
- Guide, A. (2008) *Project management body of knowledge (PMBOK Guide)*. Fourth Edition. Project Management Institute, Inc.
- Ismael, I. (2013). *Keterlambatan proyek konstruksi gedung, faktor penyebab dan tindakan pencegahannya*. Jurnal Momentum.
- Kerzner, H. (2010). *Project management: A systems approach to planning, scheduling, and controlling*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Zaenal Arifin, S,T., M.Kom. Modul Ajar “Pengantar Manajemen Proyek” edisi 01
<https://kontainerindonesia.co.id/blog/permasalahan-dalam-proyek-konstruksi/> April 9, 2024
<https://www.tombs.id/6-masalah-manajemen-proyek-yang-harus-dihadapi-project-manager>

BAB 7

MANAJEMEN INFORMASI

Dr. Hj. Ai Nunung, M.AP.
Politeknik Piksi Ganesha Bandung

A. PENDAHULUAN

Manajemen informasi merupakan pengelolaan sumber daya tentang informasi yang berasal dari sekumpulan data dimana hal tersebut akan menjadi bahan untuk informasi yang sangat berarti serta bisa dimanfaatkan oleh lingkungan dari suatu organisasi yang melaksanakan tugas dari manajemen informasi tersebut. Manajemen informasi yaitu pihak sangat diperlukan sekali seiring dengan meningkatnya kegiatan usaha bisnis dan kemajuan teknologi komputer yang sudah pesat perkembangannya saat ini. Yang termasuk sumber daya dari manajemen informasi diantaranya sumber daya yang bisa dilihat dimana hal tersebut mencakup manusia atau SDM yang paling utama, materil mesin dan uang. Setelah itu pula harus disiapkan sumber daya manusia yang konsepsional yang merupakan informasi dari data tersebut. Hasil dari produk manajemen informasi diantaranya literasi komputerisasi dan literasi informasi. Informasi dari sistem yang lama yang sudah dikelola oleh manajemen informasi secara umum tidak terpakai lagi maka akan diganti dengan informasi yang ter *up date*. Disamping itu juga, data dan informasi yang sudah tidak mempunyai kegunaannya bagi manajemen informasi tersebut lama keamanan akan dihilangkan pada saat yang sudah ditentukan.

Manajemen informasi sudah menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting bagi sumber daya yang ada didalam organisasi tersebut untuk menjalankan organisasinya. Munculnya manajemen informasi diakibatkan dampak kebutuhan dari suatu organisasi tersebut untuk menjalankan bisnisnya. Manajemen informasi sangat dibutuhkan untuk mempengaruhi dua hal diantaranya yang kesatu yaitu untuk meningkatkan kegiatan bisnis supaya semakin bertambah, sedangkan yang kedua yaitu untuk mengembangkan teknologi komputerisasi yang sedang pesat perkembangannya saat ini dengan meningkatnya sejumlah kegiatan usaha bisnis yang diakibatkan oleh beberapa hal tertentu. Maka kegiatan bisnis akan semakin meningkat searah dengan terjadinya pembentukan persaingan bisnis di bidang ekonomi hampir di semua tingkatan mancanegara. Dimana

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, L., dan Munawir (2018). *Sistem Informasi Manajemen: Buku Referensi*. Banda Aceh: Penerbit Lembaga Komunitas Informasi Teknologi Aceh. ISBN 978-602-9451-03-0.
- Gaol, Chr. Jimmy L. (2008). *Sistem Informasi Manajemen: Pemahaman dan Aplikasi*. Jakarta: Grasindo. ISBN 978-979-025-104-5.
- Purnama, Chamdan (2016). Anam, Chairul, ed. *Sistem Informasi Manajemen*. Mojokerto: Insan Global.
- Sudirman, A., dkk. (2020). *Sistem Informasi Manajemen*. Yayasan Kita Menulis. ISBN 978-623-6512-39-5.
- Sudiro, A., Rahadian, P., dan Prima, N. (2011). *Sistem Informasi Manajemen*. Malang: Universitas Brawijaya Press. ISBN 978-602-8960-45-8.
- Tyoso, Jaluanto Sunu Punjul (2016). *Sistem Informasi Manajemen*. Sleman: Deepublish. ISBN 978-602-401-312-7.
- Wijoyo, H., dkk. (2021). Akbar, Mada Faisa, ed. *Sistem Informasi Manajemen*. Solok: Penerbit Insan Cendekia Mandiri. ISBN 978-623-6090-57-2.

REFERENSI

https://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_informasi

<https://accurate.id/marketing-manajemen/apa-itu-manajemen-informasi/>

BAB 8

MANAJEMEN KUALITAS

Kartika Legistari, S.Tr., Akun., M.M.
Politeknik Piksi Ganesha Bandung

A. PENDAHULUAN

Panduan pembelajaran ini dirancang untuk memberikan gambaran tentang penerapan manajemen kualitas era globalisasi yang penuh persaingan. Menjadi kompetitif sangat bergantung pada kemampuan perusahaan untuk mengelola dan meningkatkan sumber daya perusahaan. Lingkungan bisnis saat ini ditandai dengan perkembangan pesat di segala bidang. Hal ini bertujuan untuk memberikan pandangan tentang prinsip-prinsip yang mendasari Manajemen Kualitas, dan bagaimana ini terkait dengan aplikasi praktis dalam berbagai Perusahaan modern dan organisasi.

Persaingan tidak hanya mengenai efisiensi perusahaan mengenai dari harga barang dan jasa yang terendah, tetapi juga mengenai kualitas barang dan jasa serta kemudahan, integritas dan kecepatan akses terhadapnya. Persaingan kualitas dalam dunia bisnis semakin ketat dan diperlukan kemampuan manajemen yang mampu mengikuti segala perubahan dunia.

Untuk bertahan dalam persaingan ini, dunia usaha harus mampu membuat perbedaan. Tiga karakteristik perubahan citra yang paling banyak dibicarakan adalah temporalitas, keragaman, dan pembaharuan. Temporalitas tercermin antara lain dalam memperpendek umur produk. Hal ini bukan karena produk tersebut tidak berfungsi secara teknis, namun kemajuan teknologi, preferensi konsumen, dan tren persaingan membuat produk tersebut menjadi ketinggalan jaman.

Manajemen kualitas mengacu pada serangkaian kegiatan yang menetapkan standar kualitas dan peraturan yang diperlukan untuk menentukan kualitas produk dan jasa, serta mempertahankan kualitas yang diinginkan perusahaan yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan melalui tingkat kepuasan pelanggan. Sehingga menghasilkan tujuan utamanya yaitu agar loyalitas pelanggan stabil atau terus meningkat dalam jangka panjang.

Kemampuan perusahaan untuk memperoleh keunggulan pasar bergantung pada kualitas, yang merupakan dasar terpenting keunggulan yang kompetitif. Keunggulan kompetitif yang berkelanjutan mengarah pada

DAFTAR PUSTAKA

Managing Quality” oleh Dale, G. Barrie.

Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa “ oleh Gaspersz, V.

Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif” oleh Ariani.

Manajemen Kualitas” oleh G Hendra, Poerwanto.

Operation Management” oleh Heizer Jay, Render Barry.

Pendekatan Kualitatif untuk Pengendalian Kualitas” oleh Indranata, Iskandar.

Sistem Manajemen Mutu” oleh Simanjuntak, Hasiholan.

Total Quality Management”, oleh Nasution.C.

BAB 9

MANAJEMEN INOVASI

Wilma Zuarko Adji, S.Sos., M.M.
Politeknik Piksi Ganesha Bandung

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat membawa dampak yang sangat besar dan menyentuh seluruh sendi-sendi kehidupan di Masyarakat, khususnya dibidang bisnis dan ekonomi, terjadi perubahan-perubahan yang mengharuskan orang-orang yang terlibat di dunia bisnis untuk melakukan terobosan-terobosan agar tetap bertahan dan memenangkan persaingan. Terobosan tersebut adalah berani mengambil Keputusan untuk berubah dari cara-cara lama atau konvensional menuju cara yang lebih modern atau mengikuti perkembangan teknologi, salah satunya adalah dengan inovasi terhadap produk yang dimiliki.

Untuk menjaga daya saing Perusahaan di era globalisasi dan perkembangan teknologi yang terus berkembang secara masif, maka inovasi menjadi kunci utama untuk tetap dapat memenangkan persaingan. Maka dibutuhkan sebuah pengelolaan yang terstruktur dan terprogram dengan baik untuk memastikan bahwa inovasi akan dihasilkan secara terencana dan lebih efektif.

B. MANAJEMEN

Sebelum membahas lebih jauh tentang pengelolaan inovasi atau manajemen inovasi, kita bahas dulu secara konsep apa itu manajemen inovasi serta hubungannya manajemen dengan inovasi. Kata manajemen tentu sudah tidak asing dikehidupan kita sehari-hari, karena sangat sering kita mendengar istilah manajemen. Kata manajemen ini sering dikaitkan dengan dunia bisnis karena dalam bisnis melibatkan banyak orang yang memerlukan pengorganisasian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara Bersama-sama.

Manajemen dapat diartikan sebagai seni dalam menyelesaikan sesuatu melalui orang lain (Sule, 2018, 5). Menyelesaikan sesuatu apa, tentu saja segala sesuatu yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Apabila kita sedang bergerak dibidang bisnis, tentu saja tujuan yang dimaksud adalah keuntungan. Ada banyak kegiatan-kegiatan yang

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, H. Buchari. [2017]. Kewirausahaan: Untuk mahasiswa dan umum Edisi Revisi Cet. 22. Bandung: Alfabeta.
- Basalamah, Ridwan., Erwaedy, Ahmad. [2021]. Manajemen Inovasi Dalam Bisnis. Malang: AE Publishing.
- Hendro. [2011]. Dasar-Dasar Kewirausahaan: Panduan bagi mahasiswa untuk mengenal, memahami, dan memasuki dunia bisnis. Jakarta: Erlangga.
- Rahmanita, Fika. [2024]. Manajemen Inovasi. Banten: UnPam.
- Robbins, Stephen P., Coulter, Mary. [2016]. Manajemen Jilid.1 Edisi.3. Jakarta: Erlangga.
- Saiman, Leonardus. [2014]. Kewirausahaan: Teori, praktik, dan kasus-kasus Edisi.12. Jakarta: Salemba Empat.
- Sule, Ernie Tisnawati., Saefullah, Kurniawan. [2018]. Pengantar Manajemen. Jakarta: Kencana.
- <https://but.co.id/manajemen-inovasi-pengertian-tujuan-dan-cara-pengembangannya/>
- <https://greatnusa.com/artikel/manajemen-inovasi-adalah/>

BAB 10

MANAJEMEN ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Dian Candra Fatihah, S.P., M.M.
Politeknik Piksi Ganesha Bandung

A. PENDAHULUAN

Pihak Manajemen semua perusahaan yang bergerak dan menjalankan bisnis, seyogyanya paham tentang etika bisnis dan tanggung jawab *social* serta menerapkannya pada lingkungan sekitar. Karena etika bisnis merupakan kumpulan nilai moral yang dapat meng-*create* serta membentuk perilaku pada sebuah perusahaan. Perusahaan yang menjual produk ataupun jasa tentunya dilarang untuk melanggar HAKI atau hak kekayaan intelektual. Pihak manajemen dalam perusahaan dapat dikatakan *professional* ketika menjalankan bisnisnya selalu menjalankan tata kelola perusahaan dengan baik. Karena perusahaan tentunya memiliki tanggung jawab sosial atau CSR (*corporate social responsibility*) baik kepada konsumen atau pelanggannya, kepada kreditor, para pemegang saham, Semua karyawan, dan juga lingkungannya. Jika keputusan yang dibuat perusahaan melanggar Etika, maka bisa dipastikan perusahaan tersebut akan dihadapkan pada persoalan *social* baik internal maupun eksternal yang akan berujung pada gugatan hukum dan akhirnya tentu akan berdampak pada citra baik perusahaan itu sendiri.

Semua perusahaan seyogyanya harus memahami dan menerapkan etika bisnis dalam menjalankan roda perusahaannya, karena etika bisnis memiliki peran penting dalam membentuk perusahaan agar tetap kokoh, berdaya saing tinggi dan mampu menciptakan nilai yang tinggi (*value-creation*). Hal tersebut bisa dimulai dari adanya perencanaan strategis yang matang, organisasi yang baik dan tepat, berjalannya sistem prosedur secara transparan, terciptanya atmosfer budaya perusahaan yang positif (*positif Vibes*) serta penerapan etika perusahaan yang dilakukan secara terus menerus, konsisten dan konsekwen. Etika bisnis sangat penting digunakan karena etika bisnis merupakan standar dan harus menjadi prinsip serta pedoman dalam melakukan tindakan ketika seorang manajer mengambil sebuah keputusan serta memiliki peran penting dalam menentukan suatu

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah & Rindyah Hanafi, 2002. Pengantar Manajemen. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Archie B. Carroll, Jill Brown, Ann K. Buchholtz. (2018). Business & Society: Ethics, Sustainability & Stakeholder Management. 10. Cengage Learning. Boston. ISBN: 9781305959828.
- Erni Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah, 2008, Pengantar Manajemen, Edisi Pertama, Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Fx. Soedjadi, 1997. Analisis Manajemen Modern, Kerangka pikir dan beberapa pokok aplikasi. Gunung Agung, Jakarta.
- James A.F. Stoner & R. Edward Freeman. Manajemen, edisi Indonesia, jilid 1 dan 2. Intermedia, Jakarta.
- M.A. Mukhyi, 1995. Pengantar Manajemen Umum, Gundarma, Jakarta.
- Ricky W. Griffin & Ronald J. Ebert, 2008, Bisnis, Jilid 1 dan 2, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sondang P. Siagian MPA, 1996. Fungsi-fungsi Manajemen. Bumi Aksara, Jakarta.
- Stephen P. Robins & Mary Coulter, 1999. Manajemen, edisi Indonesia, jilid 1 dan 2. PT. Prehellindo, Jakarta.
- Sukanto Reksohadiprodjo, 1986. Dasar-dasar Manajemen. BPFE, Yogyakarta

REFERENSI

- <https://lindungihutan.com/blog/etika-bisnis-dan-tanggung-jawab-sosial/#:~:text=Etika%20bisnis%20membantu%20perusahaan%20untuk,sosial%20dan%20lingkungan%20yang%20positif.>
- <https://manajemen.uma.ac.id/2022/05/program-manajemen-etika/>
- https://siak.stiemp.ac.id/_el/upload/418117602/bab_5_tanggung_jawab_sosial_dan_etika_manajemen.pdf

BAB 11

MANAJEMEN RANTAI PASOK

Nuniek Dewi Pramanik, S.E., M.M.
Politeknik Piksi Ganesha

A. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini telah membuat persaingan bisnis semakin kompetitif. Proses globalisasi ini memberikan konsekuensi yang menyebabkan banyak terjadinya perubahan-perubahan pada perkembangan dunia usaha baik dari lingkungan internal ataupun dari lingkungan eksternal. Terjadi juga perubahan pada sistem produksi yang pada mulanya mengaplikasikan sistem produksi massal dengan Teknik produksi *push* atau dorong dan perusahaan berupaya untuk melakukan efisiensi supaya harga produk dapat bersaing. Perubahan yang terjadi pada sosial ekonomi juga menjadi sebuah hambatan dan tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan. Dengan berbagai perubahan yang terjadi, hal ini menyebabkan perusahaan harus mampu membuat strategi bisnis dan strategi produksi yang tepat supaya dapat bertahan ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Perusahaan harus mengaplikasikan sistem produksi barang dan jasa yang efektif serta efisien untuk disalurkan kepada konsumen akhir. Tetapi masih banyak perusahaan yang belum mampu untuk mengimplementasikan hal tersebut, sehingga solusi terbaik yang harus dilakukan adalah dengan mengelola rantai pasok secara tepat dan baik sehingga bisa tetap bersaing dengan kompetitor.

Dalam rantai pasok, produk *riil* bahan baku diolah lalu dikirimkan ke gudang penyimpanan dan dilanjutkan untuk dikirimkan ke pengecer atau pelanggan. Perubahan pasar yang drastis mengharuskan perusahaan melakukan sinkronisasi dan dukungan dari berbagai pihak perusahaan terkait dengan aliran rantai pasok produk perusahaan. Untuk menyediakan produk dengan kualitas baik, harga bersaing dan proses produksi yang cepat diperlukan peran serta dari para jaringan distributor dan *supplier*. Kesadaran akan adanya produk dengan harga terjangkau, berkualitas dengan proses produksi yang cepat menjadi alasan munculnya konsep manajemen rantai pasok.

DAFTAR PUSTAKA

- Apa itu Supply Chain Management? Simak Selengkapnya!. Universitas Bakrie.ac.id. Diakses 20 April 2024. dari <https://bakrie.ac.id/articles/396-apa-itu-supply-chain-management-simak-selengkapnya.html>
- Guritno, Adi Djoko dan Meirani Harsasi. (2019). Manajemen Rantai Pasokan (Edisi 2). Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Hastari, Ika Resti. (2023). Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasok). Diakses 19 April 2024. dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-tangerang1/baca-artikel/16407/Supply-Chain-Management-Manajemen-Rantai-Pasok.html>
- Kevramadhani.(2023). Supply Chain Management: Definisi, Tujuan, Fungsi, Manfaat, Prinsip dan Praktik Terbaik. Diakses 20 April 2024 dari <https://www.prieds.com/post/supply-chain-management-definisi-tujuan-fungsi-manfaat-prinsip-dan-praktik-terbaik>
- Kusmantini, Titik, Adi Djoko Guritno, dan Heru Cahya Rustamaji. (2015). Buku Ajar Manajemen Risiko Rantai Pasok. Yogyakarta: LPPM UPN Veteran Yogyakarta.
- Raharjo, Budi. (2021). Manajemen Supply Chain (Rantai Pasok). Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Tujuan Supply Chain Management dan Penerapannya. Soltius.co.id. Diakses 21 April 2024. dari <https://www.soltius.co.id/id/blog/tujuan-supply-chain-management-dan-penerapannya>

BAB 12

MANAJEMEN *QUALITY CONTROL*

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

Politeknik Piksi Ganesha Bandung

A. PENDAHULUAN

Berikut data acak dari beberapa penelitian tentang jumlah produksi dan *defect/cacat* produk dari beberapa pabrik di Indonesia. Dari Oktober 2021 sampai Mei 2022, dengan total produksi 23.500 buah terjadi *defect* 2846 buah (12,11%) pada proses produksi hijab *print* di perusahaan hijab. Di tahun yang sama mulai dari awal sampai akhir tahun, perusahaan garmen menghasilkan produksi kain sebanyak 5.419.726 buah dengan cacat 115.098 buah (2,12%). Suatu Perusahaan komponen *leaf spring* untuk mobil dari bulan Oktober 2022 sampai Maret 2023 menghasilkan *output* 71055 buah, terdapat cacat 658 buah (0,92%).

Perusahaan manufaktur/pabrikasi, salah satu untuk meningkatkan nilai jual baik dalam memenangkan persaingan global antar kompetitor dengan konsep yang disebut "*zero defect*". Dalam sistem manajemen kualitas produk, *zero defect* merupakan bagian dari target yang dianut perusahaan manufaktur global dewasa ini. *Zero Defects* adalah salah satu bagian pengendalian sekaligus pengontrolan menghilangkan cacat produk dalam proses produksi, konsep ini dipopulerkan di industri Amerika dari tahun 1964 sampai awal tahun 1970. Dengan kata lain *zero defect* merupakan tindakan untuk meningkatkan kualitas barang, menghilangkan cacat produk dan menghemat ongkos produksi.

Dukungan perusahaan dalam menjalankan program *zero defect* harus mempunyai *tools* atau perangkat lunak/*software* dalam proses pengaturan kualitas produk selama proses produksi, diantara yaitu SPC (*statistical Process Control*). Aplikasi ini digunakan atau dipakai dengan cara mengambil beberapa *sample* produk selama proses produksi berlangsung, kemudian dilihat produk secara visual, baik itu warna, bentuk, bau atau penampakan luar dan dalam, lalu dibandingkan dengan spesifikasi visual yang telah ditetapkan dalam dokumen spesifikasi. Setelah itu bisa dilakukan pengukuran baik dari sisi dimensi, panjang, lebar, tinggi, kemiringan, sudut rotasi, suhu, kelembaban.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z., & Leonanda, B. D. (2021). MENURUNKAN JUMLAH KECACATAN PRODUK PADA PROSES PRODUKSI DENGAN MENGGUNAKAN METODE SIX SIGMA DAN PENGENDALIAN STATISTIK DI PT. XYZ INDONESIA. *Sigma Teknika*, 4(1), 106-114.
- Carleton, A., & Florac, W. (2002). Statistical Process Control for Software. <https://doi.org/10.1002/0471028959.SOF339>.
- Gupta, M., & Kaplan, H. C. (2020). Measurement for quality improvement: using data to drive change. *Journal of Perinatology*, 40(6), 962-971.
- Rahmadhani, N., & Fitriani, R. (2024). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Cacat Part X Menggunakan Lean Six Sigma di PT XYZ. *STRING (Satuan Tulisan Riset dan Inovasi Teknologi)*, 8(3), 257-266.
- ROHMADI, A. B. (2023). *IMPLEMENTASI SIX SIGMA UNTUK MENGURANGI DEFECT PRODUCT HIJAB PRINT DENGAN METODE DMAIC (STUDI KASUS: PT VULPES FASHION INDONESIA)* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Bekasi).
- Sartin, M. (2012). Analisa Faktor-Faktor Penyebab Defect Pada Produk Bussing Dengan Metode Six Sigma Di PT. Mws Surabaya. *Tekmapro: Journal of Industrial Engineering and Management*, 4(1).
- Understanding Defects per Million Opportunities (DPMO), diakses tanggal 12 Mei 2024 dari <https://www.sixsigmaonline.org/defects-per-million-opportunities-dpmo-six-sigma/>
- Zaki, F. M., Ismiyah, E., & Rizqi, A. W. (2023). Analisis Kualitas Produksi Leaf Spring Type Volvo Dengan Metode Six Sigma Pada PT. XYZ. *Jurnal Serambi Engineering*, 8(4).

BAB 13

SISTEM MANAJEMEN K3

(KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA)

Dini Paryanti, S.E., M.Ak., CPTT.
Politeknik Piksi Ganesha Bandung

A. PENDAHULUAN

Kegagalan dalam setiap aktivitas pekerjaan merupakan hal yang tidak diinginkan baik oleh pemberi kerja maupun oleh pekerja, penyebab kegagalan tersebut bervariasi, diantaranya karena persiapan kerja yang kurang matang atau tidak sempurna, pelaksanaan kerja yang tidak sesuai dengan SOP, ataupun akibat dari faktor lain yang tidak disengaja yakni buruknya cuaca, adanya bencana alam, dan lain sebagainya. Kegagalan yang terjadi berdampak pada sebuah risiko kecelakaan kerja dan berpengaruh terhadap kerugian yang dialami, maka dari itu sedapat mungkin potensi kecelakaan kerja yang berdampak pada keselamatan dan kesehatan kerja harus ada pencegahan sejak dini.

Perusahaan harus dapat melakukan pencegahan menghadapi permasalahan keselamatan dan kesehatan kerja bagi seluruh karyawannya, maka dari itu perusahaan dipandang perlu menerapkan manajemen keselamatan dan kesehatan kerja. Permasalahan yang terjadi terhadap keselamatan dan kesehatan kerja bukan hanya tugas dan tanggung jawab sebagian departemen saja, melainkan seluruh pihak yang ada dalam perusahaan wajib memperhatikan dan menjadikannya sebagai ruh bagi setiap pekerja, dalam hal ini kesadaran masing-masing pekerja adalah modal utama yang diperlukan untuk menghindari risiko kecelakaan kerja yang berdampak pada keselamatan dan kesehatan kerja yang tidak terpelihara (Presiden Republik Indonesia, 1970).

Keselamatan kerja merupakan upaya mencegah suatu kondisi yang membuat tidak selamat dan berakibat pada kecelakaan. Kesehatan kerja merupakan upaya meningkatkan dan mempertahankan kesehatan secara optimal, kesehatan fisik, mental, dan kesejahteraan sosial bagi seluruh pekerja. Kesehatan dan keselamatan kerja adalah bidang yang terkait dengan keselamatan dan kesehatan serta kesejahteraan manusia yang bekerja di sebuah institusi maupun lokasi proyek (Jodi Wahyudi, Ruland Willy Jack Sumampouw, 2020).

DAFTAR PUSTAKA

- Darmayani, S. (2023). *Kesehatan Keselamatan Kerja* (N Rismawati (ed.); 1 ed.). CV. Widina.
- Elizabeth Sarah. (2023). *Tanggung Jawab Pekerja Atas Kesehatan Dan Keselamatan*.
<https://www.kurniasafety.com/id/6-tanggung-jawab-pekerja-atas-kesehatan-dan-keselamatan>
- Jodi Wahyudi, Ruland Willy Jack Sumampouw, S. M. S. (2020). *Indonesia*.
- Kemenkes, U. (2023). *Evakuasi*. <https://upk.kemkes.go.id/new/keselamatan-kerja-k3-evakuasi>
- Mandroy Pangaribuan. (2022). *Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja* (1 ed.). Unsrat Press.
- Mila Tejamaya, S.Si, MOHS, P. (2023). *Keselamatan dan Kesehatan kerja*.
<https://www.fkm.ui.ac.id/tentang-kami/departemen/keselamatan-dan-kesehatan-kerja/>
- Presiden Republik Indonesia. (1970). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 1970 Tentang Keselamatan Kerja. *Presiden Republik Indonesia, 14*, 1–20. <https://jdih.esdm.go.id/storage/document/uu-01-1970.pdf>

BAB 14

MANAJEMEN AUDIT

Arimbi Triswastika, S.E., M.Ak.
Politeknik Piksi Ganesha Bandung

A. PENDAHULUAN

Dengan kemajuan teknologi dan pengaruh globalisasi yang semakin meningkat, terjadi berbagai perubahan di semua sektor kehidupan, termasuk di industri. Industri di Indonesia, sebagai contoh, terus berinovasi dan berkembang untuk tetap kompetitif di pasar global. Dalam konteks ini, sumber daya manusia memegang peran krusial dalam pengelolaan manajemen, produksi, dan operasional perusahaan. Penggunaan sumber daya manusia yang efektif dapat dicapai melalui evaluasi berkala atau audit yang dilakukan oleh auditor profesional untuk mengukur efektivitasnya.

Demi mencapai target yang telah ditetapkan, perusahaan perlu mengambil langkah-langkah penting seperti mengimplementasikan teknologi yang tepat, mengelola sumber daya yang ada, dan mengkoordinasikan operasional secara efektif. Kolaborasi antar semua elemen dalam perusahaan sangat krusial untuk memfasilitasi pencapaian tujuan, salah satu hambatan utama yang dihadapi oleh perusahaan adalah memastikan bahwa semua bagian perusahaan berfungsi secara optimal. Audit manajemen sering digunakan sebagai salah satu metode untuk mengoptimalkan fungsi-fungsi tersebut, dengan tujuan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Audit ini membantu dalam menganalisis dan memberikan rekomendasi perbaikan yang dapat memperkuat operasional perusahaan.

Melakukan audit manajemen yang efektif bisa menghasilkan peningkatan kinerja yang signifikan dibandingkan sebelumnya, serta memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi kinerja fungsi sumber daya manusia secara lebih akurat. Audit ini tidak hanya penting untuk memperbaiki kinerja saat ini tapi juga untuk mengidentifikasi peluang pengembangan masa depan. Manajemen audit, sebagai proses penting, membantu perusahaan menghindari masalah yang bisa menghambat pertumbuhan bisnis, dengan menyediakan solusi melalui rekomendasi yang ditujukan untuk mencapai tujuan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adni, A. B. 2014. Audit Manajemen Pada Fungsi Sumber daya Manusia (Studi pada Fungsi Pengembangan Organisas, Rekrutmen-Seleksi-orientasi, Pelatihan &Pengembangan Sumber Daya mnausia, dan Penilaian Kinerja Departemen Pengembangan Sumber Daya Manusia PT. XXX). *Jurnal Administrasi Bisnis* 12(2). 8-10
- Arens, A.A, R.J. Elder, dan M.S. Beasley. 2012. *Auditing and Assurance Services*. 14th Ed. Prentice Hall.
- Bayangkara, I.B.K. (2015). *Audit Manajemen Prosedur dan Implementasi*. Edisi 2. Raja Grafindo Persada
- Murdock, H (2017). *Operational Auditing: Principles and Techniques for a Changing World*. CRC Press, Taylor & Francis Group. New York, USA
- Reider, R. (2002). *Operational Review*. Wiley. Boston, USA
- Siagian, S.P. 2001. *Audit Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- The Institute of Internal Auditors Research Foundation. 2003. *Research Opportunities in Internal Auditing*.
- The Institute of Internal Auditors. Tunggal, A.W. 2000. *Management Audit: Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta.

BAB 15

MANAJEMEN BAHASA

E. Wityasminingsih, S.Pd., M.Hum.
Politeknik Piksi Ganesha Bandung

A. PENDAHULUAN

1. Pengertian Manajemen Bahasa Dalam Konteks Perusahaan

Pengertian Manajemen Bahasa dalam Konteks Perusahaan merujuk pada proses pengelolaan dan pengaturan penggunaan bahasa dalam berbagai aspek kegiatan bisnis dan komunikasi di dalam organisasi. Ini mencakup strategi komunikasi, kebijakan bahasa, pelatihan karyawan, penyusunan materi komunikasi bisnis, manajemen komunikasi dalam tim multikultural, evaluasi komunikasi bahasa, dan upaya perbaikan berkelanjutan (Oktaviani, 2023).

Dalam konteks perusahaan, manajemen bahasa bertujuan untuk memastikan bahwa komunikasi antara semua pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal, dapat berjalan dengan lancar dan efektif. Ini juga mencakup pengelolaan komunikasi lintas budaya dan multibahasa dalam organisasi yang beroperasi di lingkungan global atau dengan tim yang memiliki latar belakang budaya yang beragam.

Manajemen bahasa dalam perusahaan melibatkan strategi untuk memastikan bahwa bahasa yang digunakan dalam komunikasi bisnis, termasuk dokumen resmi, presentasi, dan pertemuan, sesuai dengan kebutuhan dan tujuan bisnis. Hal ini juga melibatkan penetapan kebijakan bahasa yang jelas, pelatihan karyawan untuk meningkatkan keterampilan berbahasa, dan evaluasi terhadap efektivitas komunikasi bahasa serta upaya perbaikan yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, manajemen bahasa dalam konteks perusahaan memiliki peran kunci dalam memastikan komunikasi yang efektif, kolaborasi yang baik antar tim, pemahaman yang tepat terhadap pesan yang disampaikan, dan memperkuat identitas dan budaya perusahaan (Wibowo, 2001).

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrahtianty, A. P. (2023, May 25). *www.researchgate.net*. Retrieved from Meningkatkan Efektivitas Komunikasi: https://www.researchgate.net/publication/371008822_Meningkatkan_Efektivitas_Komunikasi_Organisasi?enrichId=rgreq-cf0628912b8ed4a35090c349cfe38b59-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM3MTAwODgyMjBUzoxMTQzM TI4MTE2MTMyMjgwM0AxNjg0OTgyNzY0OTk1&el=1_x_2&_esc=publi
- Asmadi, M. (2023, September 6). *gcomm.id*. Retrieved from tips-perusahaan/strategi-komunikasi-efektif: <https://gcomm.id/tips-perusahaan/strategi-komunikasi-efektif/>
- Asmal Randi Anda, M. N. (2020). Penerapan Fungsi Manajemen Pemerintahan dalam Pelayanan Publik di Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Wakatobi. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 17.
- Dalimunte, A. A. (2016). Implementasi Kebijakan Bahasa dan Implikasinya Dalam Penguatan Identitas, Integritas, dan Pluralitas Bangsa. *JURNAL HUMANIORA TEKNOLOGI*, 13.
- Farhanefendi, M. (2023, 07 03). *www.kompasiana.com*. Retrieved from Peran Bahasa Indonesia dalam Konteks Bisnis di Indonesia: <https://www.kompasiana.com/farhan02tple008/64a245e74addee33666e2e62/peran-bahasa-indonesia-dalam-konteks-bisnis-di-indonesia>
- Fitria, R. (2017). Strategi Komunikasi Pada Masyarakat Multikultural. *Syi'ar*, 8.
- Kinasih, N. F. (2023, 08 29). *www.reqrut.id*. Retrieved from Meningkatkan Komunikasi yang Efektif dalam Organisasi: <https://www.reqrut.id/komunikasi-efektif-dalam-organisasi/>
- Okarisma Mailani, e. a. (2022). Bahasa Sebagai Alat Komunikasi Dalam Kehidupan Manusia. *KAMPRET Journal*, 10.
- Oktaviani, R. P. (2023). *Komunikasi Bisnis untuk Manajemen*. Pustaka Baru Press.
- Raissa. (2023, September 2). *takterlihat.com*. Retrieved from Peran Komunikasi Dalam Bisnis: https://takterlihat.com/peran-komunikasi-dalam-bisnis/#google_vignette
- Sihite, M. (2016). Bisnis Global. *Jurnal Ilmiah Methonomi Vol. 2 No. 2 (Juli – Desember 2016)*, Vol 2 No 2.

Wibowo, W. (2001). *Manajemen bahasa: pengorganisasian karangan pragmatik dalam bahasa Indonesia untuk mahasiswa dan praktisi bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.

ZA, M. H. (2024, 01 12). *Pinter Hukum*. Retrieved from Bahasa dalam Transaksi Bisnis dan Perusahaan Hukum:
<https://pinterhukum.or.id/bahasa-dalam-transaksi-bisnis-dan-perusahaan-hukum/>

Daring

<https://www.business.com/articles/cross-cultural-communication-in-business/>

<https://www.entrepreneur.com/article/320108>

<https://www.forbes.com/sites/brennanbarnard/2019/07/02/what-to-know-about-cross-cultural-communication/#56912a621922>

<https://www.weforum.org/agenda/2019/06/how-to-succeed-at-cross-cultural-communication-in-business/>

PROFIL PENULIS

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



Penulis lahir di Bandung, Menyelesaikan pendidikan S1 Manajemen Bisnis dan pendidikan S2 Manajemen Perusahaan di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) Jatinangor Sumedang, Saat ini penulis Aktif sebagai dosen di Politeknik Piksi Ganesha Bandung Program Studi Komputerisasi Akuntansi untuk Jurusan Manajemen Bisnis, Penulis juga aktif menulis beberapa

buku ber-ISBN dan sejumlah artikel ilmiah bidang Manajemen Bisnis utamanya tentang pemasaran dan UMKM yang diterbitkan pada Jurnal terindex nasional dan Internasional.

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



Penulis merupakan alumni dari Universitas Sangga Buana jurusan Akuntansi. Menyelesaikan Magister Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Keuangan dari STIMA IMMI tahun 2007. Saat ini penulis adalah merupakan dosen tetap pada Prodi Administrasi Keuangan di Politeknik Piksi Ganesha. Penulis mengampu matakuliah antara lain Pengantar Akuntansi, Akuntansi *Intermedite*,

Akuntansi Biaya, Penganggaran Perusahaan dan Analisa Laporan Keuangan. Disamping mengajar juga menjadi Ketua Program studi Administrasi Keuangan pada Politeknik Piksi Ganesha serta aktif sebagai *Manager Editor* pada jurnal ilmiah JEBS.

Dra. Widwi Handari Adji, M.M.



Penulis menyelesaikan Pendidikan S1 dan S2 di Universitas Pendidikan Indonesia Bandung, pada bidang Ilmu Manajemen, konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia. Aktivitas saat ini menjadi Dosen di Politeknik Piksi Ganesha Bandung, dan menjadi instruktur Pelatihan bidang Manajemen Sumber Daya Manusia pada beberapa Perusahaan BUMN dan Instansi Pemerintah. Penulis sangat tertarik dengan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Hal ini

diwujudkan dengan menulis karya ilmiah tentang perencanaan pelatihan, pemetaan kompetensi dan analisis kebutuhan pelatihan, serta menulis artikel tentang Empati pada Bunga Rampai Seri Kewirausahaan dengan judul ***Bangkitkan Semangat, Ciptakan Peluang***. Buku berikutnya yang akan segera terbit berjudul ***Manajemen Perusahaan***, yang ditulis bersama dengan rekan-rekan Dosen Politeknik Piksi Ganesha.

Wiwi Warsiati, S.E., M.M.



Penulis lahir di Cianjur, Lulus S2 dari STIE Inaba Bandung program studi manajemen konsentrasi manajemen keuangan tahun 2017, saat ini sebagai Dosen tetap Politeknik Piksi Ganesha Bandung. Pernah bekerja sebagai administrasi keuangan di kopel Bulog Divre Jabar tahun 2008 sampai 2019, aktif dalam melakukan penelitian dan kegiatan pengabdian masyarakat. Menulis beberapa *paper* dan jurnal ilmiah tentang UMKM dan Manajemen keuangan di jurnal terindex sinta. Serta aktif dalam pengurus organisasi lainnya, menulis buku merupakan motivasi penulis kedepannya sebagai akademisi dalam pengembangan ilmu Pendidikan.

Siti Insani, S.E., M.A.B.



Penulis lahir di Bandung 28 Juni 1989 Menyelesaikan Pendidikan S1 Manajemen di Universitas Katolik Parahyangan pada tahun 2013 dan menyelesaikan Pendidikan S2 Administrasi Bisnis di Institut Teknologi Bandung pada Tahun 2027, Saat ini Penulis aktif sebagai Dosen di Politeknik Piksi Ganesha Bandung, menulis beberapa karya tulis yang dipublikasikan pada jurnal nasional diantaranya tentang Pengukuran kesiapan transformasi digital UMKM di Kabupaten Sleman, *E-Commerce* Untuk Peningkatan Penjualan Hasil Tani Bagi Para Petani Desa Cikancung Bandung.

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 Bandung.

Dr. Hj. Ai Nunung, M.AP.



Penulis lahir di Bandung pada tanggal 23 September 1967, Beliau adalah dosen tetap pada prodi Administrasi Keuangan di Politeknik Piksi Ganesha Bandung. Selain buku ini, beberapa karya yang pernah di publikasi ialah dengan judul Pengaruh *Key Performance Indicator* Terhadap Kinerja Karyawan PT Medion Farma Jaya Cimareme Tahun 2023, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank BJB KCP Gedebage Tahun 2023. Walaupun demikian penulis sangat menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam buku ini, oleh karena itu saran konstruktif senantiasa penulis terima dengan senang hati. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang turut membantu dalam penyelesaian buku ini semoga menjadi amal sholeh dimata Allah SWT. Aamiin

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



Penulis lulus Program Diploma LPP Ariyanti Program Studi Sekretaris tahun 2012. Telah menyelesaikan studi Diploma 4 Program Studi Komputerisasi Akuntansi di Politeknik Piksi Ganesha tahun 2016, dan Lulus Program Magister Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran di STIMMA IMMI Jakarta tahun 2019. Saat ini Penulis adalah dosen tetap Program Studi Komputerisasi Akuntansi Politeknik Piksi Ganesha. Pernah menjadi dosen tamu di LPP Ariyanti dan Fasilitator/Asisten Pelatih yang menggandeng pemerintah Program Prakerja. Penulis sebelumnya pekerja tetap sebagai *Relationship Manager* di salah satu Bank BUMN, dan sekarang Penulis aktif sebagai

Business Development Manager pada perusahaan penyelenggara yang bergerak di bidang keamanan dan tenaga alih daya.

Wilma Zuarko Adji, S.Sos., M.M.



Penulis beragama Islam dilahirkan di Bandung 12 Maret 1972, anak keempat dari lima bersaudara. Ayah bernama T. Darmanto dan Ibu Atminingsih. Suami dari istri yang bernama Yuniarti dengan dua orang putri Wawa dan Rara, Tinggal di Cibiru kota Bandung Jawa Barat. Pendidikan Pasca Sarjana ilmu Manajemen di STIMA IMMI Jakarta [2009], Pendidikan Sarjana Ilmu Perpustakaan Fikom Unpad [1993], Sekolah Menengah Umum Negeri 22 Bandung [1988], Sekolah Menengah Pertama Negeri 7 Bandung [1985], SD ST Melania Bandung [1979]. 2012 Menjadi Wadir 1 STMIK Ganesha. 2014 mengajar sebagai Dosen tetap di Politeknik Piksi Ganesha mata kuliah Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi, Organisasi dan Manajemen, dan Kewirausahaan. 2017 Tersertifikasi dosen LLDIKTI dibidang keilmuan Manajemen. 2022 Diangkat menjadi *Chief* Editor pada Jurnal Mahasiswa JEBS rumpun Ekonomi Bisnis Politeknik Piksi Ganesha.

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



Penulis merupakan Dosen Tetap pada Prodi Administrasi Keuangan Politeknik Piksi Ganesha Bandung. Penulis menjabat sebagai Sekretaris Prodi Administrasi Keuangan dan 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 pernah mengajar kewirausahaan di Stikes Bhakti Kencana Bandung dan Akademi Kebidanan Isma Husada Cirebon, mengajar Matematika Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pasundan, Tutor Komunikasi Bisnis di Universitas Terbuka (UT), serta menjadi dosen tetap di Fakultas

Ekonomi Bisnis Politeknik Piksi Ganesha sejak tahun 2016 hingga sekarang. 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), Editor Board di JEBS (*Journal Of Economic and Business Student*), dan Pengurus LPPM Politeknik Piksi Ganesha. Penulis telah berkolaborasi dalam penulisan buku sebanyak 5 buku dari tahun 2020 hingga 2023 tentang kearsipan, manajemen, bisnis dan media pembelajaran.

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



Penulis lahir di Bandung dan aktif sebagai dosen tetap dari tahun 2014 sampai sekarang di Politeknik Piksi Ganesha Bandung, serta mengajar pada bidang ilmu manajemen, bisnis dan statistik. Alumni Sarjana S1 Ekstensi, Fisika Instrumentasi di UI Depok dan Sarjana Magister S2 Manajemen Keuangan di STIMA IMMI Jakarta. Berkecimpung di kepengurusan Jurnal Kampus JEBS (*Journal Of Economic and Business Student*) sebagai editor. Pengalaman kerja di Perusahaan Modal Asing (PMA) pada departemen *Production Engineering* sebagai *Supervisor Engineering* yang menangani mesin, *man power* (operator/teknisi), membuat SOP, *Kaizen/continous improvement* pada proses produksi serta melakukan investigasi dan analisis mekanikal. Pernah mengikuti *training* ISO 9001 sistim manajemen Mutu, ISO 14001 sistim manajemen lingkungan, *Lean Six Sigma*, SPC, *Failure Mode And Effect Analysis* (FMEA).

Dini Paryanti, S.E., M.Ak., CPTT.



Penulis merupakan lulusan S1 fakultas Ekonomi jurusan Akuntansi dan Menyelesaikan Magister Akuntansi di Universitas Widyatama Bandung tahun 2021. Saat ini penulis adalah merupakan dosen tetap pada Prodi Komputerisasi Akuntansi di Politeknik Piksi Ganesha. Penulis saat ini menduduki jabatan sebagai Sekretaris Program Studi Komputerisasi Akuntansi, Kegiatan lain selain menjadi Dosen, penulis juga seorang auditor internal di PT. VIP Group, sekaligus sebagai tenaga ahli bidang perpajakan di beberapa perusahaan swasta, penulis aktif menulis bidang keuangan, Akuntansi dan Perpajakan di berbagai jurnal nasional dan menulis buku tentang perpajakan.

Arimbi Triswastika, S.E., M.Ak.



Penulis mempunyai nama lengkap Arimbi Triswastika lahir di Kota Bandung pada tahun 1994. Penulis adalah alumni Strata-1 di Universitas Widyatama Fakultas Ekonomi dan Strata-2 Akuntansi di Pasca Sarjana Universitas Widyatama Kota Bandung. Penulis sebelum menjadi Dosen Tetap telah melalui beberapa tahap dimulai dari menjadi Dosen Luar Biasa di Universitas Widyatama Bandung dengan mengajar di Fakultas Ekonomi sejak tahun 2019, lalu penulis menjadi Dosen Tetap di Fakultas Ekonomi Bisnis Politeknik Piksi Ganesha sejak tahun 2019. Kegiatan lain selain menjadi Dosen, penulis juga seorang wirausaha yang mempunyai usaha di bidang kuliner yaitu Tahu Brintik dan Kerupuk Kulit Dorokdok yang dirintis bersama suami sejak tahun 2017, kemudian penulis juga menjadi Komisaris di CV. Barokah Alam Yang bergerak dalam bidang Pengadaan Barang dan Jasa sejak tahun 2020, selain itu penulis mempunyai usaha lain dibidang peternakan hewan sejak tahun 2023. Penulis juga menjadi pengurus LPPM Politeknik Piksi Ganesha dan menjadi Tim Akreditasi Komputerisasi Akuntansi Politeknik Piksi Ganesha pada tahun 2023.

E. Wityasminingsih, S.Pd., M.Hum.



Penulis adalah dosen Politeknik Piksi Ganesha Bandung. Linguistik adalah minat dan spesialisasinya; Oleh karena itu, minat penelitiannya adalah Semiotika, Pragmatik, Linguistik Forensik, dan Analisis Wacana Kritis. **Tyas** adalah nama pendek penulisnya. Ia lahir di Pulau Jawa, tepatnya di Surabaya, pada 11 November, namun besar di Papua sehingga membuatnya kaya akan berbagai budaya Indonesia. Pekerjaan yang bisa membawanya dalam sebuah perjalanan sudah menjadi impiannya sejak kecil. Dunia pendidikan mengartikan bahwa belajar merupakan suatu proses yang tidak ada habisnya. Menulis merupakan hobi yang selalu ia geluti, dan ada beberapa Bab buku yang dituliskannya dan sudah diterbitkan bersama GetPress yaitu *Easy Grammar, English for Specific Purposes (ESP), Translating, Grammar The Sentence*, BANGKITKAN SEMANGAT, CIPTAKAN PELUANG yang merupakan Seri Buku Manajemen yang dituliskan bersama rekan-rekan dosen di Politeknik Piksi Ganesha. Selain itu masih ada beberapa bab buku yang masih dalam proses pengerjaan. Ia pun juga menulis Antologi Puisi: Secangkir Kopi Penggiat Literasi yang diterbitkan oleh GPMB Publisher dan Antologi Seri Wanita Pejuang yang tengah dalam proses penerbitan. Kegemarannya menulis baik di bidang

keilmuan dan sastra ini juga membawanya menjadi penerjemah dan penyunting lepas secara profesional sejak 2009 dan ditugaskan menjadi *English Advisor* di Jurnal Ekomtek dan Infokom.

Manajemen

PERUSAHAAN MODERN

Manajemen Perusahaan adalah aktivitas mengatur dan mengelola perusahaan melalui berbagai komponen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien. Manajemen Perusahaan merupakan bidang kajian manajemen, menjadi penting karena Pengelolaan sumber daya perusahaan merupakan pokok segala kegiatan organisasi perusahaan. Semua organisasi harus memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki agar tujuan dapat dicapai dengan lebih mudah. Sumber daya yang dimiliki perusahaan sangat berperan dan dominan dalam manajemen. Adapun Fungsi Manajemen Perusahaan, terdiri dari 2 macam, yaitu menyangkut Manajerial dan Operasional. Perubahan lingkungan politik, teknologi dan globalisasi yang terjadi saat ini mendorong perusahaan nasional memperluas bisnisnya ke luar negeri melintasi batas negara. saat ini ditunjukkan dengan meningkatnya arus investasi asing dan negara berkembang sebagai pilihan negara tujuan investasi, sekaligus memberi gambaran bahwa semakin banyaknya perusahaan dengan modal asing (PMA) di dalam negeri. Manajemen Perusahaan global adalah pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan secara global untuk mencapai tujuan organisasi tanpa memandang batas-batas geografis. Perusahaan tentu menginginkan pertumbuhan dan perkembangan perdagangan dan nilai juga setiap tahunnya. Dalam rangka tersebut, Perusahaan pun harus menambahkan asetnya. “Dengan bertambahnya aset, sumber dana spontan (sumber dana jangka pendek yang dipengaruhi oleh perubahan penjualan seperti utang usaha dan utang akrual) juga ikut bertambah”. Ketika perusahaan membutuhkan anggaran melebihi besaran laba ditahan dalam rangka menambah aset, maka dapat menambahkan dana dari luar ruang lingkup perusahaan.