

PENGANTAR BISNIS

Miftakhul Huda

Alfalisyado

Idah Kusuma Dewi

Nobel Kristian Tripandoyo Tampubolon

Andi Dewi Angreyani

Dipa Teruna Awaludin



NEXUSBOOKS.ID



CV PUSTAKA BUKU NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penyusunan buku *Pengantar Bisnis* ini. Buku ini berisikan bahasan tentang pendahuluan bisnis, etika bisnis dan tanggung jawab sosial, manajemen dan organisasi, inovasi dan pengembangan produk, manajemen risiko, dan perilaku organisasi.

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

Jakarta, November 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
BAB I PENDAHULUAN BISNIS.....	1
1.1 Ruang Lingkup Bisnis.....	1
1.2 Karakteristik Bisnis.....	4
1.3 Manfaat Persaingan Bisnis.....	11
DAFTAR PUSTAKA.....	30
BAB 2 ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL.....	37
2.1 Pendahuluan.....	37
2.2 Konsep dan Pentingnya Etika Bisnis.....	41
2.3 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).....	42
2.4 Hubungan Etika dan CSR dalam Praktik Bisnis.....	43
2.5 Implementasi CSR di Berbagai Sektor.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	48
BAB 3 MANAJEMEN DAN ORGANISASI.....	51
3.1 Pemahaman Tentang Manajemen.....	52
3.2 Penetapan Tujuan.....	54
3.3 Penempatan Karyawan.....	56
3.4 Pemberian Motivasi.....	59
3.5 Pemberlakuan Evaluasi Kinerja.....	61
3.6 Pemahaman Tentang Organisasi.....	65
3.7 Karakteristik Organisasi.....	66
3.8 Komponen organisasi.....	66
3.9 Manajemen Organisasi.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	70
BAB 4 INOVASI DAN PENGEMBANGAN PRODUK.....	73
4.1 Pengertian dan Pentingnya Inovasi Produk.....	73
4.2 Proses Pengembangan Produk Baru.....	75
4.3 Jenis-jenis Inovasi Produk.....	77
4.4 Peran Teknologi dalam Proses Keputusan Pembelian.....	80

BAB 1

PENDAHULUAN BISNIS

Oleh Miftakhul Huda

1.1 Ruang Lingkup Bisnis

Bisnis adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memproduksi, membeli, atau menjual barang atau jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Berikut adalah ruang lingkup bisnis yang lebih luas dan beberapa aspek yang membentuknya. Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Para ahli mendefinisikan bisnis sebagai interaksi antara penjual dan pembeli dalam proses pertukaran nilai ekonomi. Ruang lingkup bisnis kegiatan produksi yang meliputi kegiatan pembuatan barang atau jasa kemudian pemasaran meliputi kegiatan promosi dan penjualan.¹ Keuangan meliputi pengelolaan keuangan bisnis. Sumber daya manusia meliputi pengelolaan tenaga kerja dan operasional : Meliputi kegiatan sehari-hari dalam menjalankan bisnis.

¹ R Nur Budi Setiawan and Danang Sunyoto, "Manajemen Pemasaran (Pendekatan Konsep Dan Psikologi Bisnis)," *CV Eureka Media Aksara 1* (2022).

BAB 6

PERILAKU ORGANISASI

Oleh Dipa Teruna Awaludin

6.1 Pendahuluan

Dalam berorganisasi, ada beberapa tindakan atau perilaku orang-orang didalamnya yang melaksanakan peran mereka. Perilaku tersebutlah yang disebut perilaku organisasi. Perilaku Organisasi menurut Thoha (2014:5), adalah suatu studi yang menyangkut aspek-aspek tingkah laku manusia dalam suatu organisasi atau suatu kelompok tertentu. Aspek aspek tersebut timbul dari pengaruh organisasi terhadap manusia dan sebaliknya manusia terhadap organisasi. Dalam satu organisasi atau lembaga, perilaku organisasi sangat mempengaruhi individu-individu didalamnya dimana mereka bekerja sama untuk menghasilkan kinerja yang baik yang bermanfaat bagi organisasi, lembaga. Apabila terdapat unsur-unsur diluar organisasi mempengaruhi kerjasama tersebut, maka tujuan organisasi akan terganggu dan kepercayaan masyarakat akan organisasi atau lembaga.

Organisasi merupakan wadah yang terbentuk dalam suatu lembaga yang dibentuk dengan tujuan melaksanakan visi dan misi yang bermanfaat atau memberi dampak bagi organisasi dan bagi lingkungan sekitar. Untuk mewujudkan