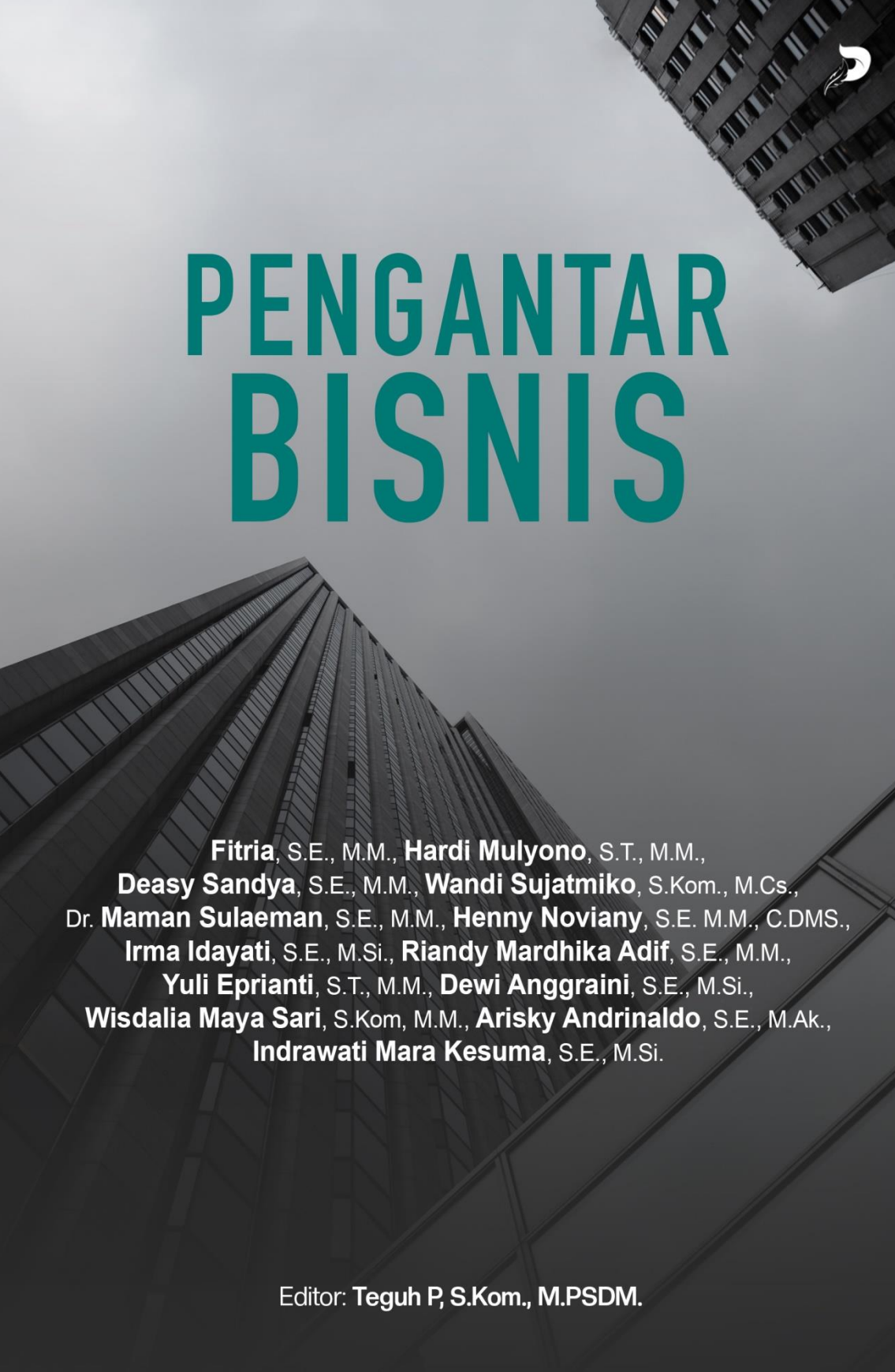




PENGANTAR BISNIS

Fitria, S.E., M.M., **Hardi Mulyono**, S.T., M.M.,
Deasy Sandya, S.E., M.M., **Wandi Sujatmiko**, S.Kom., M.Cs.,
Dr. **Maman Sulaeman**, S.E., M.M., **Henny Noviany**, S.E. M.M., C.DMS.,
Irma Idayati, S.E., M.Si., **Riandy Mardhika Adif**, S.E., M.M.,
Yuli Eprianti, S.T., M.M., **Dewi Anggraini**, S.E., M.Si.,
Wisdalia Maya Sari, S.Kom, M.M., **Arisky Andrinaldo**, S.E., M.Ak.,
Indrawati Mara Kesuma, S.E., M.Si.

Editor: **Teguh P**, S.Kom., M.PSDM.

PENGANTAR BISNIS

**Fitria, S.E., M.M., Hardi Mulyono, S.T., M.M.,
Deasy Sandya, S.E., M.M., Wandi Sujatmiko, S.Kom., M.Cs.,
Dr. Maman Sulaeman, S.E., M.M.,
Henny Noviany, S.E., M.M., C.DMS., Irma Idayati, S.E., M.Si.,
Riandy Mardhika Adif, SE, MM., Yuli Efrianti, ST. MM.,
Dewi Anggraini, SE., M.Si., Wisdalia Maya Sari, S.Kom., M.M.,
Arisky Andrinaldo, S.E., M.Ak.,
Indrawati Mara Kesuma, S.E., M.Si**



Pengantar Bisnis

Copyright© PT Penamudamedia, 2024

Penulis:

Fitria, S.E., M.M., Hardi Mulyono, S.T., M.M., Deasy Sandya, S.E., M.M., Wandi Sujatmiko, S.Kom., M.Cs., Dr. Maman Sulaeman, S.E., M.M., Henny Noviany, S.E., M.M., C.DMS., Irma Idayati, S.E., M.Si., Riandy Mardhika Adif, SE, MM., Yuli Efrianti, ST. MM., Dewi Anggraini, SE., M.Si., Wisdalia Maya Sari, S.Kom., M.M., Arisky Andrinaldo, S.E., M.Ak., Indrawati Mara Kesuma, S.E., M.Si

Editor:

Teguh P, S.Kom., M.PSDM.

ISBN:

978-623-88978-9-6

Desain Sampul:

Tim PT Penamuda Media

Tata Letak:

Enbookdesign

Diterbitkan Oleh**PT Penamuda Media**

Casa Sidoarium RT 03 Ngentak, Sidoarium Dodeam Sleman Yogyakarta

HP/Whatsapp : +6285700592256

Email : penamudamedia@gmail.com

Web : www.penamuda.com

Instagram : @penamudamedia

Cetakan Pertama, Maret 2024

xiv + 211, 15x23 cm

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang

*Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku
tanpa izin Penerbit*



Kata Pengantar

Hormat kami,

Kami dengan senang hati mempersembahkan buku ini tentang pengantar bisnis. Buku ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang konsep-konsep dasar dalam dunia bisnis.

Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, pemahaman tentang dasar-dasar bisnis sangatlah penting. Buku ini dirancang untuk membantu pembaca memahami berbagai aspek bisnis, mulai dari manajemen, pemasaran, keuangan, hingga sumber daya manusia.

Melalui buku ini, kami berharap pembaca dapat memperoleh pengetahuan yang bermanfaat dalam mengelola bisnis secara efektif. Kami juga menyajikan contoh-contoh kasus dan studi kasus yang relevan untuk memperkuat pemahaman dan menghubungkan teori dengan praktik bisnis sehari-hari.

Kami berharap buku ini dapat menjadi panduan yang berguna bagi para mahasiswa, wirausaha, dan siapa pun yang tertarik untuk mempelajari dasar-dasar bisnis. Kami berharap buku ini dapat memberikan inspirasi dan wawasan yang dibutuhkan untuk meraih kesuksesan dalam dunia bisnis.

Terakhir, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pembuatan buku ini. Semoga buku ini menjadi sumber pengetahuan yang berharga dan membantu mendorong pertumbuhan ekonomi dan inovasi di dunia bisnis.



Daftar Isi

Kata Pengantar.....v

Daftar Isivii

Bab 1

Analisis Ide Bisnis1

A. Mengapa Bisnis Penting3

B. Pengertian Bisnis.....4

C. Pengertian Ide Bisnis6

D. Karakteristik Ide Bisnis8

E. Bagaimana Menciptakan Ide Bisnis.....9

F. Klasifikasi Bisnis 10

G. Analisis Ide Bisnis Menggunakan Swot..... 10

H. Peluang – Peluang Yang Disediakan Oleh Bisnis..... 11

I. Tantangan – Tantangan Yang Dihadapi Bisnis..... 12

Bab 2

Analisis Pengelolaan Bisnis.....	15
A. Tujuan Pengelolaan Bisnis.....	17
B. Fungsi Pengelolaan Bisnis	18
C. Strategi Pengelolaan Bisnis	20

Bab 3

Analisis Lingkungan Bisnis	23
A. Proses Analisis Lingkungan	24
B. Proses Analisis Lingkungan Bisnis	25
C. Mendefinisikan Variabel Untuk Analisis	27
D. Tips Untuk Melakukan Analisis Lingkungan Bisnis Yang Efektif.....	28
E. Penggunaan Metode, Teknik Dan Alat Berbeda	29
F. Kelebihan Dan Kekurangan Analisis Lingkungan Bisnis....	31
G. Analisis Lingkungan Bisnis: Industri Makanan Dan Minuman	32

Bab 4

Analisis Perizinan Bisnis	35
A. Perizinan Pembangunan Usaha Industri.....	36
B. Kewenangan Pemberian Izin Usaha Industri.....	40
C. Tata Cara Pemberian Izin Usaha Industri Menengah Dan Izin Usaha Industri Besar	41

D. Pengenaan Sanksi Administratif	42
E. Analisis Kasus Perizinan Mie Gacoan	44
F. Dampak Yang Ditimbulkan Bagi Lingkungan Hidup Dan Lingkungan Sosial Dari Pendirian Usaha Mie Gacoan	49
G. Pencemaran Lingkungan Di Sekitar Pendirian Usaha Mie Gacoan	52

Bab 5

Analisis Keuangan Bisnis.....	55
A. Definisi Laporan Keuangan Bisnis.....	56
B. Pihak Yang Berkepentingan Di Bidang Keuangan	59
C. Tujuan Laporan Keuangan Bisnis.....	62
D. Jenis - Jenis Laporan Keuangan Bisnis	63
E. Analisis Laporan Keuangan Bisnis Era Digital	66

Bab 6

Analisis Marketing Bisnis	69
A. Pengertian Analisis	70
B. Pengertian Pemasaran (<i>Marketing</i>)	72
C. Fungsi Pemasaran	74
D. Tujuan Pemasaran	74
E. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	75
F. Pengertian Analisis Marketing	77
G. Komponen Analisis Marketing	80

H. Dimensi Analisis Marketing.....	82
I. Keunggulan Analisis Marketing	84

Bab 7

Analisis Modal Bisnis	87
A. Macam – Macam Konsep Modal Bisnis	89
B. Peranan Dan Fungsi Modal Bisnis	90
C. Jenis - Jenis Modal Bisnis.....	91
E. Manajemen Modal Bisnis	93
F. Sumber – Sumber Modal	95

Bab 8

Analisis Ekspansi Bisnis.....	97
A. Pengertian Ekspansi Bisnis	99
B. Motivasi Untuk Ekspansi Bisnis.....	101
C. Faktor-Faktor Pendorong Ekspansi	104
D. Pertumbuhan Pasar	107
E. Keunggulan Kompetitif	109

Bab 9

Analisis Kelas Bisnis	121
A. Definisi Analisis Kelas Bisnis	122
B. Pentingnya Analisis Kelas Bisnis	124

C. Unsur Komponen Analisis Kelas Bisnis	125
D. Prinsip Analisis Kelas Bisnis	127
E. Faktor-Faktor Yang Menentukan Iklim Bisnis	128
F. Fungsi Dasar Bisnis.....	131
G. Klasifikasi Bisnis	132

Bab 10

Analisis Laporan Pajak.....	133
A. Pengertian Pajak	134
B. Fungsi Pajak.....	135
C. Syarat Pemungutan Pajak.....	135
D. Sistem Pemungutan Pajak	137
E. Tarif Pajak	138
F. Sekilas Tentang Laporan Pajak Perusahaan	139
G. Cara Membuat Laporan Pajak Perusahaan.....	140
H. Laporan Pajak Perusahaan	142
I. Cara Melaporkan Pajak Perusahaan ke KPP	143

Bab 11

Analisis AMDAL	145
A. Dasar-Dasar Amdal.....	146
B. Proses Amdal Dalam Bisnis	148
C. Identifikasi Dampak Lingkungan	149

D. Evaluasi Dampak-Dampak Yang Teridentifikasi	149
E. Integrasi Amdal Dalam Strategi Bisnis	151
F. Masa Depan Amdal Dalam Bisnis	153
G. Studi Kasus Mengenai Amdal.....	155

Bab 12

Analisis Bisnis Produk.....	161
A. Gambaran Umum Analisis Bisnis Produk.....	162
B. Jenis – Jenis Analisis Bisnis.....	163
C. Pentingnya Analisis Bisnis Bagi Perkembangan Usaha....	164
D. Komponen Analisis Bisnis	165
E. Cara Dan Jenis Dari Analisis Bisnis.....	167
F. Analisis Produk	169
G. Kenapa Analisis Produk Itu Sangat Penting	170
H. Manfaat Melakukan Analisis Produk.....	170
I. Kasus Penggunaan Analisis Produk	172
J. Pemangku Kepentingan Analisis Produk	175
K. Menerapkan Analisis Produk: Cara Sukses.....	177

Bab 13

Analisi Kiat Mempertahankan Bisnis.....	181
A. Memilih Layanan Atau Produk Yang Tepat	182
B. Mengembangkan Strategi Penjualan	183

C. Menetapkan Modal Awal.....	184
D. Pengelolaan Anggaran	185
E. Mempertahankan Pendapatan.....	186
F. Mempekerjakan Staf Organisasi.....	186
G. Manajemen Karyawan	187
H. Ekspansi Usaha	188
I. Manajemen Waktu	189
J. Menjaga Rasa Percaya Diri	189
K. Kerjasama Dengan Mitra.....	190
 Daftar Pustaka	 196
Tentang Penulis	206

PENGANTAR BISNIS

Buku ini membahas berbagai aspek penting dalam menjalankan bisnis, termasuk lingkungan bisnis, manajemen, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, dan etika bisnis.

Dalam buku ini, pembaca akan diperkenalkan pada konsep dasar bisnis, seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Penulis menjelaskan tentang pentingnya pemahaman tentang lingkungan bisnis, termasuk faktor-faktor ekonomi, sosial, teknologi, dan hukum yang mempengaruhi operasi bisnis.

Buku ini juga membahas tentang strategi pemasaran, termasuk penelitian pasar, segmentasi pasar, branding, promosi, dan distribusi. Pembaca akan mempelajari bagaimana merancang strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam pasar yang kompetitif.

ISBN 978-623-88978-9-6



9

786238

897896



PT Penerbit Penamuda Media
Godean, Yogyakarta
085700592256
@penamuda_media
penamuda.com