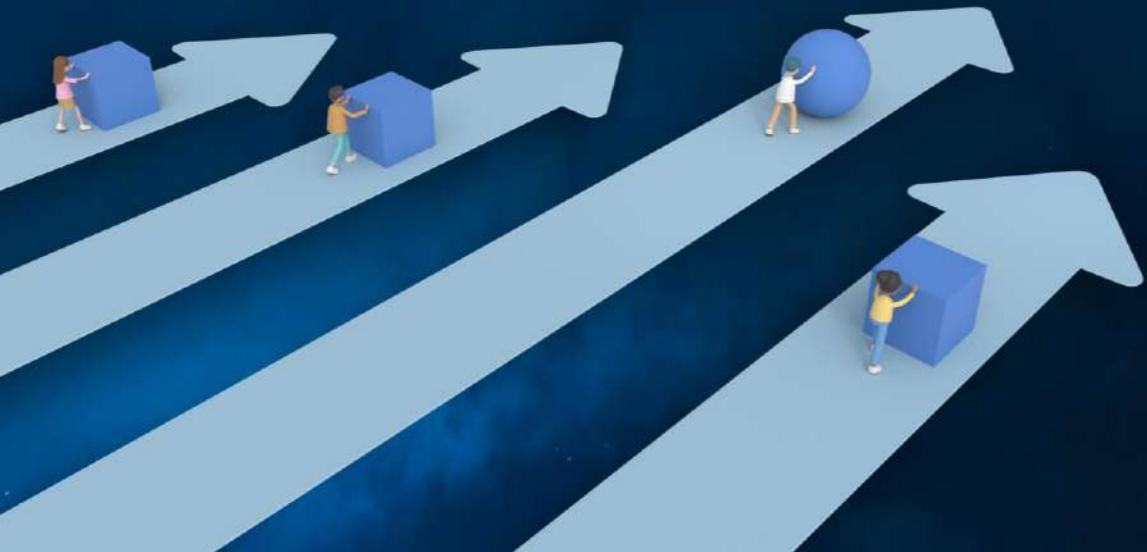


Putri Oktovita Sari, S.E., M.B.A  
Rizky Ramadhan Aprian Aditama, S.M., M.M  
Naufal Athiya Primananda, S.M., M.M

**BUKU AJAR**

# PENGANTAR BISNIS



*Buku Ajar*

# Pengantar

# Bisnis

*Putri Oktovita Sari, S.E., M.B.A.*

*Rizky Ramadhan Aprian Aditama, S.M., M.M.*

*Naufal Athiya Primananda, S.M., M.M.*

*Buku Ajar*

# Pengantar Bisnis

*Putri Oktovita Sari, S.E., M.B.A.  
Rizky Ramadhan Aprian Aditama, S.M., M.M.  
Naufal Athiya Primananda, S.M., M.M.*



# **BUKU AJAR PENGANTAR BISNIS**

Penulis:

Putri Oktovita Sari, S.E., M.B.A.

Rizky Ramadhan Aprian Aditama, S.M., M.M.

Naufal Athiya Primananda, S.M., M.M.

Tata Letak:

Ika Puji A.

Editor:

Muhammad Luthfi Hamdani

ISBN:

978-623-8067-69-5

Cetakan Pertama:

Desember, 2025

Ukuran: 15,5 cm x 23 cm

Jumlah Halaman: viii + 123 halaman

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

**Copyright © 2025**

**by Penerbit Indonesia Imaji**

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT INDONESIA IMAJI**

**(Grup CV. Indonesia Imaji)**

Jalan Kedunglurah-Ngadirejo, Kedunglurah, Kecamatan Pogalan,  
Trenggalek (66371)

**Anggota IKAPI No. 292/JTI/2021**

Website: [www.indonesiamaji.com](http://www.indonesiamaji.com)

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

#### **Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

- i. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- ii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- iii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- iv. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

## KATA PENGANTAR

---

P uji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan buku yang berjudul **"Pengantar Bisnis"** ini. Buku ini disusun dengan tujuan memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai konsep dasar bisnis, fungsi-fungsi utama dalam organisasi, serta dinamika lingkungan bisnis modern yang semakin kompleks dan kompetitif.

Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang berkembang pesat, pemahaman tentang bisnis tidak lagi hanya diperlukan oleh para pelaku usaha, tetapi juga oleh mahasiswa, akademisi, dan masyarakat luas yang ingin memahami bagaimana organisasi beroperasi, mengambil keputusan, serta beradaptasi terhadap perubahan lingkungan. Bisnis bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan sebuah proses strategis yang melibatkan manusia, teknologi, inovasi, dan nilai-nilai keberlanjutan. Oleh karena itu, buku ini dirancang sebagai panduan awal yang sistematis, sederhana, namun tetap kaya akan wawasan teoritis dan praktis.

Buku ini memuat berbagai pembahasan yang relevan dengan kebutuhan pembelajaran di perguruan tinggi, mulai dari konsep dasar bisnis, fungsi manajemen, kepemimpinan, pengambilan keputusan, strategi investasi, hingga tantangan bisnis di era digital. Penyusunan materi dilakukan dengan bahasa yang mudah dipahami sehingga diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam mempelajari dan menerapkan konsep-konsep bisnis secara efektif.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, inspirasi, dan masukan selama proses penulisan buku ini. Ucapan terima kasih khusus ditujukan kepada kolega dan mahasiswa yang selalu memberikan motivasi serta menjadi bagian dari perjalanan penulis dalam dunia akademik. Tidak lupa, apresiasi juga penulis sampaikan kepada lembaga tempat penulis mengabdi yang terus mendorong perkembangan karya ilmiah dan pengabdian.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan edisi berikutnya. Besar harapan penulis bahwa buku ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menjadi referensi dalam proses pembelajaran, serta memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan di bidang bisnis dan manajemen.

Akhir kata, semoga buku ini dapat menjadi sumber pengetahuan dan inspirasi bagi siapa pun yang ingin memahami dunia bisnis secara lebih mendalam.

Hormat kami  
*Penulis*

## PENGANTAR PENERBIT

---

Penerbit Indonesia Imaji dengan bangga menghadirkan *Buku Ajar Pengantar Bisnis*, sebuah karya yang kami yakini memiliki relevansi tinggi bagi pembaca di era transformasi bisnis yang begitu cepat. Perubahan global, digitalisasi yang masif, serta meningkatnya kompleksitas lingkungan usaha menjadikan pemahaman mendasar tentang bisnis sebagai kebutuhan akademik sekaligus kebutuhan praktis. Kehadiran buku ini merupakan jawaban terhadap urgensi tersebut, sekaligus wujud kontribusi penulis dan penerbit dalam memperkaya literatur pendidikan bisnis di Indonesia.

Buku ini disusun berlandaskan kesadaran bahwa literasi bisnis kini tidak hanya dibutuhkan oleh pelaku usaha, melainkan juga oleh mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu, pendidik, dan masyarakat umum yang ingin memahami cara kerja organisasi modern. Oleh sebab itu, materi dalam buku ini dirancang untuk memberikan fondasi teoretis yang kuat sekaligus konteks praktis yang relevan. Setiap pembahasan mengajak pembaca memahami keterkaitan antarfungsi bisnis dan bagaimana keputusan strategis diambil dalam kondisi yang terus berubah.

Sejalan dengan perkembangan wacana akademik di tingkat global, buku ini juga mengadopsi gagasan-gagasan terbaru yang kini mendominasi literatur bisnis, seperti integrasi teknologi, keberlanjutan, manajemen risiko berbasis data, serta dinamika strategi internasional. Penerbit Indonesia Imaji memandang penting upaya menghadirkan buku-buku ajar yang tidak hanya mengikuti kurikulum nasional, tetapi juga selaras dengan tren

kajian terbaru agar mahasiswa mendapatkan perspektif yang kompetitif dalam dunia akademik maupun dunia kerja.

Kami meyakini bahwa *Buku Ajar Pengantar Bisnis* ini akan memberikan manfaat besar bagi mahasiswa sebagai pijakan awal untuk memahami berbagai konsep inti dalam manajemen dan organisasi. Penyajiannya yang sistematis, dilengkapi dengan bahasan mengenai pemasaran, keuangan, desain organisasi, kepemimpinan, hingga strategi investasi, menjadikan buku ini sebagai rujukan komprehensif bagi mata kuliah pengantar bisnis maupun studi lanjutan yang lebih mendalam. Dengan struktur materi yang mudah dipahami, pembaca diharapkan dapat menumbuhkan pola pikir analitis serta kepekaan terhadap isu-isu bisnis kontemporer.

Akhirnya, Penerbit Indonesia Imaji berharap buku ini dapat menjadi bagian dari upaya memperkuat kualitas pembelajaran bisnis di perguruan tinggi dan sekaligus memperluas pemahaman masyarakat terhadap dunia usaha modern. Kami menyampaikan apresiasi kepada penulis yang telah menghadirkan karya yang kaya wawasan serta penuh dedikasi. Semoga buku ini dapat digunakan secara luas, menjadi referensi yang bermanfaat, dan memberi inspirasi bagi generasi pembelajar dan praktisi bisnis di Indonesia.

Penerbit Indonesia Imaji

## **DAFTAR ISI**

---

KATA PENGANTAR.....	i
PENGANTAR PENERBIT .....	v
DAFTAR ISI.....	v
BAB 1 MANAJEMEN BISNIS: RUANG LINGKUP DAN LINGKUNGAN BISNIS .....	1
Definisi Bisnis.....	1
Jenis-Jenis Bisnis .....	3
Maksud Dan Tujuan Bisnis .....	4
Pihak-Pihak Dalam Pengelolaan Bisnis.....	5
Fungsi Dasar Bisnis .....	6
Tingkatan Partisipasi Bisnis .....	6
Lingkungan Bisnis .....	7
Tantangan Bisnis Saat Ini Dan Yang Akan Datang .....	10
Studi Kasus .....	10
BAB 2 MANAJEMEN RESIKO .....	15
Konsep Dasar Manajemen Risiko.....	16
Tujuan Manajemen Risiko .....	17
Tantangan Risiko dalam Bisnis Modern. ....	20
Ketidakpastian dalam Konteks Bisnis. ....	24
Studi Kasus .....	25
BAB 3 STRATEGI BISNIS INTERNASIONAL .....	29
Lingkungan Bisnis Internasional.....	30
Perdagangan Internasional .....	33
Strategi Masuk Pasar Internasional .....	36
Jenis- Jenis Strategi Masuk Pasar Internasional .....	40

Studi Kasus .....	45
<b>BAB 4 MANAJEMEN PEMASARAN DAN KEUANGAN .....</b>	<b>49</b>
Definisi Pemasaran.....	49
Evolusi Konsep Pemasaran.....	50
Nilai, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan .....	51
Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) .....	53
Studi Kasus .....	58
<b>BAB 5 DESAIN ORGANISASI .....</b>	<b>61</b>
Ukuran, Siklus Hidup, dan Penurunan Organisasi.....	61
Desain Organisasi E-Bisnis.....	62
Latihan Soal .....	64
<b>BAB 6 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA .....</b>	<b>65</b>
Pendahuluan MSDM.....	65
Tujuan MSDM Pada Sebuah Bisnis.....	67
Peran MSDM dalam Sebuah Bisnis.....	68
Tantangan MSDM dalam Volatility .....	70
Tantangan MSDM dalam Uncertainty .....	72
Tantangan MSDM dalam Complexity.....	73
Tantangan MSDM dalam Ambiguity .....	74
Latihan Soal .....	76
<b>BAB 7 KEPEMIMPINAN DAN MOTIVASI .....</b>	<b>79</b>
Konsep Dasar Kepemimpinan dalam Bisnis .....	79
Perbedaan Pemimpin vs Manajer .....	84
Tujuan Kepemimpinan dalam Bisnis .....	87
Tugas dan Tanggung Jawab Pemimpin Bisnis.....	90
Gaya-Gaya Kepemimpinan dalam Bisnis .....	93
Kompetensi Pemimpin Bisnis Modern.....	94
Studi Kasus .....	97

BAB 8 PENGAMBILAN KEPUTUSAN DAN STRATEGI INVESTASI.....	103
Pengertian Pengambilan Keputusan dalam Bisnis.....	104
Keputusan dalam Konteks Manajemen Bisnis.....	105
Peran Pengambilan Keputusan dalam Kesuksesan Bisnis .....	106
Strategi Investasi dan Keputusan Manajerial.....	108
Tantangan dalam Keputusan Investasi .....	110
Latihan Soal .....	111
DAFTAR PUSTAKA .....	113
PROFIL PENULIS.....	121





# BAB 1

## **MANAJEMEN BISNIS: RUANG LINGKUP DAN LINGKUNGAN BISNIS**

---

### **Definisi Bisnis**

Bisnis dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dengan tujuan memperoleh keuntungan melalui penyediaan barang dan jasa. Selain sebagai sarana mencari laba, bisnis juga berperan penting dalam mendukung kelancaran sistem perekonomian. Dalam praktiknya, bisnis memiliki risiko untung maupun rugi yang harus dihadapi oleh pelakunya.



## BAB 2

### **MANAJEMEN RESIKO**

---

Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks, penuh perubahan, dan diselimuti ketidakpastian, manajemen risiko telah menjadi kebutuhan mendesak bagi setiap organisasi, baik perusahaan besar, UMKM, lembaga pemerintah, hingga startup digital. Risiko melekat pada setiap aktivitas bisnis. Setiap keputusan, strategi, dan proses operasional membawa potensi yang dapat menimbulkan kerugian, hambatan, maupun peluang.

Risiko tidak dapat dihindari sepenuhnya, tetapi dapat dikelola, diminimalkan, dan dikendalikan. Di sinilah manajemen risiko berperan. Perusahaan yang mampu mengelola risiko dengan baik



# BAB 3

## **STRATEGI BISNIS INTERNASIONAL**

---

Setiap perusahaan yang memasuki pasar internasional tidak beroperasi dalam ruang hampa. Mereka berhadapan dengan lingkungan global yang sangat beragam, kompleks, dan dinamis. Lingkungan bisnis internasional melibatkan faktor politik, hukum, ekonomi, budaya, teknologi, serta kondisi sosial di berbagai negara yang menjadi target pasar atau lokasi operasi.

Pemahaman mendalam mengenai lingkungan ini merupakan langkah fundamental dalam merancang strategi bisnis internasional yang efektif. Perbedaan politik, nilai budaya, sistem hukum, tingkat ekonomi negara, hingga infrastruktur teknologi



# BAB 4

## MANAJEMEN PEMASARAN DAN KEUANGAN

---

### Definisi Pemasaran

Pemasaran menjadi salah satu aspek penting dalam suatu bisnis. Pemasaran tidak lagi dipahami sebatas aktivitas menjual barang atau jasa. Dalam pandangan modern, pemasaran merupakan proses menciptakan nilai, membangun hubungan jangka panjang, serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan secara lebih baik dibandingkan para pesaing.



# BAB 5

## **DESAIN ORGANISASI**

---

### **Ukuran, Siklus Hidup, dan Penurunan Organisasi**

Desain organisasi merupakan aspek penting yang harus diperhatikan dalam membangun sebuah bisnis. desain organisasi disusun untuk menciptakan bisnis yang memiliki tujuan jangka panjang sehingga dalam membuat bisnis desain yang dibutuhkan adalah desain yang sesuai dengan lingkungan internal maupun eksternal. Secara harfiah, desain organisasi merupakan proses penentuan struktur dan susunan suatu entitas untuk mencapai tujuan. Sehingga, dalam proses baik struktur maupun entitas harus bersifat adaptable. tantangan dalam desain organisasi yang



# BAB 6

## **MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA**

---

### **Pendahuluan MSDM**

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) merupakan disiplin penting dalam ilmu manajemen yang berfokus pada pengelolaan elemen manusia dalam organisasi. MSDM tidak hanya sebatas proses perekrutan, tetapi juga mencakup pengembangan, pengelolaan kinerja, kompensasi, dan kesejahteraan karyawan. Dalam konteks ini, MSDM berfungsi sebagai jembatan antara kebutuhan organisasi dan kebutuhan individu, menjadikan manusia sebagai aset berharga dengan potensi untuk berkembang dan memberikan kontribusi positif terhadap produktivitas dan



# BAB 7

## KEPIMPINAN DAN MOTIVASI

---

### Konsep Dasar Kepemimpinan dalam Bisnis

Kepemimpinan dalam bisnis memainkan peran yang sangat vital dalam menentukan arah dan keberlangsungan organisasi dalam kondisi persaingan yang kompetitif. Sebagai kemampuan untuk mempengaruhi dan menggerakkan individu atau kelompok, kepemimpinan melampaui kekuasaan formal dan mencakup kualitas personal seperti integritas, visi, dan kemampuan untuk mengelola perubahan (Purwanto et al., 2023). Dalam konteks ini, kepemimpinan strategis dapat memediasi berbagai faktor seperti manajemen pengetahuan dan sistem informasi manajemen



# BAB 8

---

## PENGAMBILAN KEPUTUSAN DAN STRATEGI INVESTASI

---

Bab ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai pengertian pengambilan keputusan bisnis, ruang lingkupnya, jenis-jenis keputusan, serta tantangan yang dihadapi dalam proses pengambilannya. Pembahasan selanjutnya akan menjadi fondasi yang kuat bagi bab-bab berikutnya yang menguraikan teori, strategi, dan teknik pengambilan keputusan dan investasi dalam bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

---

- Alkaraan, F., & Northcott, D. (2007). Strategic Investment Decision Making: The Influence of Pre-decision Control Mechanisms. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 4(2), 133–150. <https://doi.org/10.1108/11766090710754204>
- Anderson, E., & Gatignon, H. (1986). Modes of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions. *Journal of International Business Studies*, 17(3), 1–26. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490432>
- Azzuhra, D., & Putri, J. (2025). Strategi Manajemen Risiko Dalam Menghadapi Tantangan Ketidakpastian Di Pasar Global. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 351–360. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i2.3576>
- Baum, C. F., Stephan, A., & Talavera, O. (2009). The Effects of Uncertainty on the Leverage of Nonfinancial Firms. *Economic Inquiry*, 47(2), 216–225. <https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.2007.00116.x>
- Bruno, C. (2024). Influence of Political Risk on International Business Operations in Germany. *Ijmrm*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.47604/ijmrm.2638>
- Chin, J. L., Desormeaux, L., & Sawyer, K. (2016). Making Way for Paradigms of Diversity Leadership. *Consulting Psychology Journal Practice and Research*, 68(1), 49–71. <https://doi.org/10.1037/cpb0000051>
- Cole-Heath, A., & Sagiraju, P. (2024). The Effect of Legal Uncertainties on the Pharmaceutical Industry. *Isslp*, 3(1), 11–17. <https://doi.org/10.61838/kman.isslp.3.1.3>
- Damanpour, F., & Damanpour, J. A. (2001). E-business E-commerce

- Evolution: Perspective and Strategy. *Managerial Finance*, 27(7), 16–33. <https://doi.org/10.1108/03074350110767268>
- Firdaus, A. (2022). Pemodelan Proses Bisnis Konveksi Di Tasikmalaya Dengan Business Process Model and Notation (BPMN). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3), 133–142. <https://doi.org/10.55927/ministal.v1i3.826>
- Gaju, A. (2025). Uncertainty Avoidance and Crisis Management: Theoretical Insights Into Cultural Dynamics in Navigating Crises. *Bmeconf*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.33422/bmeconf.v2i1.994>
- Gani, A. N., Rofii, M. N., & Maksum, I. (2020). Bagaimana Penggunaan Intuisi Dinilai Oleh Manajer Pembelian? Sebuah Studi Berdasarkan Perspektif Karyawan Dari Industri Manufaktur. *Ekonomi Bisnis*, 25(2), 95. <https://doi.org/10.17977/um042v25i2p95-107>
- Gilli, K., Nippa, M., & Knappstein, M. (2022). Leadership Competencies for Digital Transformation: An Exploratory Content Analysis of Job Advertisements. *German Journal of Human Resource Management Zeitschrift Für Personalforschung*, 37(1), 50–75. <https://doi.org/10.1177/23970022221087252>
- Hiršová, M., Komárová, L., & Pirožek, P. (2018). The Prediction of Financial Performance in Dependence on the Type of Organisational Culture. *Trends Economics and Management*, 12(32), 63. <https://doi.org/10.13164/trends.2018.32.63>
- Hult, G. T. M., Craighead, C. W., & Ketchen, D. J. (2010). Risk Uncertainty and Supply Chain Decisions: A Real Options Perspective. *Decision Sciences*, 41(3), 435–458. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2010.00276.x>
- Jalil, F., Yang, J., Al-Okaily, M., & Rehman, S. U. (2024). E-Commerce for a Sustainable Future: Integrating Trust, Green Supply Chain Management and Online Shopping Satisfaction. *Asia*

- Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 36(10), 2354–2370.  
<https://doi.org/10.1108/apjml-12-2023-1188>
- Joshi, P. (2023). Risk Management in Business Planning and Decision Making: A Quantitative Study. *JCDR*, 12(02). <https://doi.org/10.48047/jcdr.2021.12.02.106>
- Kahar, A., & Paranoan, S. (2014). Kritik Berbasis Teori Dinamika Spiral Atas Tipologi Sistem Pengendalian Manajemen. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 5(1). <https://doi.org/10.18202/jamal.2014.04.5010>
- Khachaturian, T., & Oliver, S. (2022). Intangible Trade: Understanding the Relationship Between Trade Barriers and Mode of Supply in Services Sectors. *World Economy*, 46(5), 1189–1234. <https://doi.org/10.1111/twec.13346>
- Kilay, A. L., Simamora, B. H., & Putra, D. P. (2022). The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance: Implications of Open Innovation and Solutions for the Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation Technology Market and Complexity*, 8(3), 119. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030119>
- Klus, M. F., & Müller, J. (2020). Identifying Leadership Skills Required in the Digital Age. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3564861>
- Lathief, J. T. A., Kumaravel, S. C., Velnadar, R., Vijayan, R. V., & Parayitam, S. (2024). Quantifying Risk in Investment Decision-Making. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(2), 82. <https://doi.org/10.3390/jrfm17020082>
- Leih, S., & Teece, D. J. (2016). *Market Entry Strategies*. 1–5. [https://doi.org/10.1057/978-1-349-94848-2\\_428-1](https://doi.org/10.1057/978-1-349-94848-2_428-1)
- Li, X., & Wu, Z. (2009). Corporate Risk Management and Investment Decisions. *The Journal of Risk Finance*, 10(2), 155–168.

- <https://doi.org/10.1108/15265940910938233>
- Loureiro, P., Dieguez, T., & Ferreira, I. (2022). Higher Education as a Driver for Sustainable Transformation and Leadership. *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*, 270–277. <https://doi.org/10.54660/anfo.2022.3.4.13>
- Mahdi, M., Andriani, E., Kalsum, U., Laba'ada, R., & Wijayanti, I. O. (2023). Analisis Penggunaan Akuntansi Keuangan Dalam Penilaian Kinerja Manajerial Dan Hubungannya Dengan Pengembangan Strategi Bisnis Di Perusahaan PQR. *Sanskara Akuntansi Dan Keuangan*, 2(01), 18–27. <https://doi.org/10.58812/sak.v2i01.252>
- Molina, M., & Wilestari, M. (2023). Examining Financial Strategy Management: Understanding Financial Performance, Investment Decisions, and Strategic Approaches Through Qualitative Description and Literature Review. *Atestasi Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(1), 406–419. <https://doi.org/10.57178/atestasi.v6i1.814>
- Mpuangnan, K. N., Abagna, V. A., Ajani, O. A., & Gugulethu, B. P. Z. (2025). Risk Management Strategies During the ERA of Global Financial Uncertainty. *SoL*, 2025(3), 188–199. <https://doi.org/10.55284/cggtv444>
- Muammar, O. M. (2021). Exploring Students' Perceptions of Leadership Skills in Higher Education: An Impact Study of the Leadership Training Program. *Gifted Education International*, 38(2), 295–308. <https://doi.org/10.1177/02614294211055987>
- Mujtaba, B. G. (2019). Understanding the Interconnectedness of International Trade Theories: A Case in Point of Cuba in Transition. *Socioeconomic Challenges*, 3(1), 27–41. [https://doi.org/10.21272/sec.3\(1\).27-41.2019](https://doi.org/10.21272/sec.3(1).27-41.2019)

## PROFIL PENULIS

---



**Putri Oktovita Sari, S.E., M.B.A.**, adalah staf pengajar di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi. Dosen konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia dan Pengampu mata kuliah Pengantar Bisnis. Buku ini adalah buku ketiga yang dipersembahkan untuk mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta pelaku bisnis sehingga dapat merumuskan bisnis yang berkelanjutan.



**Rizky Ramadhan Aprian Aditama, S.M., M.M.**, adalah staf pengajar di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi. Sedang menempuh S3 Program Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas Sebelas Maret. Dosen konsentrasi Manajemen Pemasaran dan pengampu mata kuliah Pengantar Bisnis. Buku ini adalah buku kedua yang dipersembahkan untuk mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta pelaku bisnis sehingga dapat merumuskan bisnis yang berkelanjutan.



**Naufal Athiya Primananda, S.M., M.M.**, adalah staf pengajar di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi. Sedang menempuh S3 Program Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Dosen konsentrasi Manajemen Pemasaran dan pengampu mata kuliah Pengantar Bisnis. Buku ini adalah buku pertama yang dipersembahkan untuk mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta pelaku bisnis sehingga dapat merumuskan bisnis yang berkelanjutan.

**BUKU AJAR**

# PENGANTAR

# BISNIS

Di tengah dunia bisnis yang terus berubah akibat globalisasi, digitalisasi, dan meningkatnya kompetisi antar organisasi, kebutuhan akan pemahaman bisnis yang kokoh menjadi semakin mendesak. Inilah alasan utama penulis menyusun Buku Ajar Pengantar Bisnis, sebuah panduan yang menawarkan pijakan awal bagi siapa pun yang ingin mengenal bagaimana perusahaan beroperasi, merancang strategi, dan menjawab tantangan lingkungan usaha masa kini. Buku ini hadir pada momen yang tepat, ketika literasi bisnis bukan lagi sekadar keterampilan opsional, tetapi kemampuan esensial bagi mahasiswa dan masyarakat yang ingin memahami dinamika ekonomi modern.

Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai kajian dan publikasi internasional mengenai bisnis menunjukkan pergeseran fokus dari sekadar manajemen tradisional menuju integrasi teknologi, keberlanjutan, analitik data, dan manajemen risiko yang lebih adaptif. Tren tersebut menjadi landasan penting dalam penyusunan buku ini, sehingga setiap bab tidak hanya mencerminkan teori klasik, tetapi juga menggambarkan perkembangan terbaru dalam praktik bisnis global; mulai dari strategi internasional, tata kelola pemasaran-keuangan, hingga transformasi organisasi di era digital.

Sebagai buku ajar, karya ini memberikan manfaat strategis bagi mahasiswa yang memerlukan fondasi komprehensif sebelum mendalami disiplin manajemen yang lebih spesifik. Penyajiannya yang runtut, sederhana, dan relevan memungkinkan pembaca memahami hubungan antara konsep dasar bisnis dengan keputusan nyata yang diambil organisasi. Dengan mencakup topik-topik seperti manajemen risiko, kepemimpinan, motivasi, strategi investasi, hingga desain organisasi, buku ini tidak hanya membantu meningkatkan literasi bisnis mahasiswa, tetapi juga membentuk cara pikir kritis dan adaptif yang dibutuhkan untuk menghadapi tantangan profesional di masa depan. Buku ini menjadi pendamping ideal bagi proses pembelajaran yang ingin menghubungkan teori, praktik, dan realitas bisnis modern.



**PENERBIT INDONESIA IMAJI**  
Anggota IKAPI No. 292/JTI/2021  
@indonesiamajii  
Indonesiamajii.com

**ISBN 978-623-8067-69-5**



9 78623 067695