

Dr. E. Ratna Setyawati Gunawan, S.E, M.Si
Dr. Lorina Siregar Sudjiman, BSC., MBA
Sri Hardianti Rosadi, S.P., M.Si.
Dr. Capt. Fausta Ari Barata, MM

BISNIS

Yang

SEHAT DAN CERDAS

Bagaimana Mengelola Bisnis yang Baik?

Editor:
Mulawarman Awaloedin, S.Si., M.M.

BISNIS YANG SEHAT DAN CERDAS

Dr. E. Ratna Setyawati Gunawan, S.E, M.Si

Dr. Lorina Siregar Sudjiman, BSC., MBA

Sri Hardianti Rosadi, S.P., M.Si.

Dr. Capt. Fausta Ari Barata, MM



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. 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 Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. 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 Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).



REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan	: EC00202505852, 14 Januari 2025
Pencipta	
Nama	: Dr. E. Ratna Setyawati Gunawan, S.E, M.Si, Dr. Lorina Siregar Sudjiman, BSC., MBA dkk
Alamat	: Perumahan Karangklesem Jl. Sridadi IA No 4 , Parwokerto Selatan, Banyumas, Jawa Tengah, 53144
Kewangnegaraan	: Indonesia
Pemegang Hak Cipta	
Nama	: Dr. E. Ratna Setyawati Gunawan, S.E, M.Si, Dr. Lorina Siregar Sudjiman, BSC., MBA dkk
Alamat	: Perumahan Karangklesem Jl. Sridadi IA No 4 , Parwokerto Selatan, Banyumas, Jawa Tengah, 53144
Kewangnegaraan	: Indonesia
Jenis Ciptaan	: Buku
Judul Ciptaan	: BISNIS YANG SEHAT DAN CERDAS
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia	: 14 Januari 2025, di Surakarta (solo)
Jangka waktu perlindungan	: Berlaku selama hidup Pencipta dan terus bertanggung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor pencatatan	: 000845215

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Agung Damarasongko,SH.,MH.
NIP. 196912261994031001

Disclaimer

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Dr. E. Ratna Setyawati Gunawan, S.E, M.Si	Perumahan Karanglesem Jl. Sridadi IA No 4 , Purwokerto Selatan, Banyumas
2	Dr. Lorina Siregar Sudjiman, BSC., MBA	Universitas Advent Indonesia, Jalan Kolonel Masturi No 288, Cihanjuang Rahayu, Cisarua, Bandung , Parongpong, Bandung Barat
3	Sri Hardianti Rosadi, S.P., M.Si.	Jl Poros Sengkang-Pare, Kelurahan Anabama , Maniang Pajo, Wajo
4	Dr. Capt. Fausta Ari Barata,MM	Jl. Residen Sudirman 17 Surabaya 60131- Indonesia , Tambaksari, Surabaya

LAMPIRAN PEMEGANG

No	Nama	Alamat
1	Dr. E. Ratna Setyawati Gunawan, S.E, M.Si	Perumahan Karanglesem Jl. Sridadi IA No 4 , Purwokerto Selatan, Banyumas
2	Dr. Lorina Siregar Sudjiman, BSC., MBA	Universitas Advent Indonesia, Jalan Kolonel Masturi No 288, Cihanjuang Rahayu, Cisarua, Bandung , Parongpong, Bandung Barat
3	Sri Hardianti Rosadi, S.P., M.Si.	Jl Poros Sengkang-Pare, Kelurahan Anabama , Maniang Pajo, Wajo
4	Dr. Capt. Fausta Ari Barata,MM	Jl. Residen Sudirman 17 Surabaya 60131- Indonesia , Tambaksari, Surabaya



BISNIS YANG SEHAT DAN CERDAS

Penulis:

Dr. E. Ratna Setyawati Gunawan, S.E, M.Si
Dr. Lorina Siregar Sudjiman, BSC., MBA
Sri Hardianti Rosadi, S.P., M.Si.
Dr. Capt. Fausta Ari Barata,MM

Desain Cover:
Tahta Media

Editor:
Mulawarman Awaloedin, S.Si., M.M.

Proofreader:
Tahta Media

Ukuran:
viii, 194, Uk: 15,5 X 23 cm

ISBN: 978-623-147-708-8

Cetakan Pertama:
Januari 2025

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Isi Diluar Tanggung Jawab Percetakan

Copyright © 2025 By Tahta Media Group
All Right Reserved

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang Keras Menerjemahkan, Memfotokopi, Atau
Memperbanyak Sebagian Atau Seluruh Isi Buku Ini
Tanpa Izin Tertulis Dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota Ikapi (216/Jte/2021)

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga buku yang berjudul "Bisnis yang Sehat dan Cerdas" ini dapat diselesaikan. Buku ini disusun sebagai panduan bagi para pelaku bisnis, akademisi, dan siapa saja yang ingin memahami serta menerapkan konsep bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan dan pengelolaan yang profesional.

Dalam dunia bisnis yang terus berkembang, pengelolaan yang baik tidak hanya menjadi sebuah keharusan tetapi juga strategi penting untuk mencapai keberhasilan. Buku ini membahas berbagai aspek penting, mulai dari pengelolaan keuangan, pemasaran, hingga operasi dan produksi perusahaan. Setiap bab dirancang untuk memberikan wawasan yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan bisnis modern.

Kami berharap bahwa buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi pembaca dalam memahami dinamika dunia bisnis serta menginspirasi untuk mengelola usaha secara lebih sehat dan cerdas. Tak lupa, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyusunan buku ini.

Kami menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi salah satu langkah kecil menuju kemajuan dunia bisnis di Indonesia.

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB 1 BISNIS DAN PENGELOLAANNYA	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Bisnis Dan Pengelolaannya	2
BAB 2 PENGELOLAAN KEUANGAN PERUSAHAAN	41
A. Pelaporan Keuangan	41
B. Akuntansi Keuangan.....	44
C. Akuntansi Manajemen	53
D. Mengukur Kinerja.....	57
E. Meningkatkan Pembiayaan.....	60
BAB 3 PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK DAN JASA PERUSAHAAN	70
A. Bauran Pemasaran	70
B. Pendekatan Pemasaran.....	87
C. Pemasaran Keluar (Outbound).....	96
D. Pemasaran Masuk (Inbound)	100
E. Pengembangan Bisnis.....	101
F. Manajemen Informasi.....	110
BAB 4 OPERASI PERUSAHAAN DAN PEKERJAAN PRODUKSI	117
A. Pendahuluan.....	117
B. Proses Produksi.....	119
C. Kualitas	120
D. Sumber Daya Manusia.....	122
E. Teknologi Dan Inovasi.....	123

F. Keuangan Operasi.....	124
G. Pengukuran Kinerja	125
H. Strategi Operasi	126
I. Pengelolaan Risiko Dan Keberlanjutan Operasi.....	129
J. Pekerjaan Produksi	143
DAFTAR PUSTAKA	181
PROFIL PENULIS.....	192

BAB 1 BISNIS DAN **PENGELOLAANNYA**

A. PENDAHULUAN

Bisnis mengacu pada aktivitas atau organisasi apa pun yang terlibat dalam pertukaran barang atau jasa untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis melibatkan produksi, pembelian, penjualan, atau penyediaan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Meskipun sebagian besar bisnis berorientasi pada keuntungan, beberapa mungkin beroperasi sebagai organisasi nirlaba yang bertujuan untuk mencapai tujuan sosial atau pelayanan kepada masyarakat. Mengelola bisnis yang sukses memerlukan pendekatan yang mencakup berbagai strategi, praktik, dan prinsip. Literatur tentang manajemen bisnis menyoroti beberapa area utama yang berkontribusi pada operasi bisnis yang efektif, termasuk manajemen keuangan, penyelarasan strategis, tata kelola perusahaan, dan integrasi praktik terbaik.

Manajemen keuangan merupakan dasar keberhasilan bisnis. Praktik manajemen keuangan yang efektif sangat penting untuk memastikan keberlanjutan operasi bisnis. Ini termasuk manajemen arus kas yang bijaksana, penganggaran, dan strategi investasi yang selaras dengan tujuan organisasi. Misalnya, sebuah studi tentang vendor pasar publik di Filipina menekankan bahwa praktik manajemen keuangan secara langsung berkontribusi pada kinerja keuangan bisnis, yang menunjukkan bahwa menyetor tabungan dan memiliki rencana pengeluaran yang jelas sangat penting untuk kelangsungan jangka panjang. Lebih jauh, penggabungan keterampilan bisnis ke dalam kurikulum pendidikan sangat penting, karena banyak lulusan tidak memiliki kecerdasan finansial yang diperlukan untuk menavigasi kompleksitas lingkungan bisnis (Bachynsky et al., 2013).

Penyelarasan strategis merupakan komponen penting lainnya dari manajemen bisnis yang sukses. Hal ini mengacu pada koherensi antara strategi

organisasi dan praktik operasionalnya. Penelitian menunjukkan bahwa penyelarasan strategis dapat meningkatkan kinerja organisasi secara signifikan dengan memastikan bahwa semua bagian organisasi bekerja menuju tujuan bersama (Horngren & Walter, 2013). Penyelarasan ini sangat penting dalam lingkungan yang dinamis di mana bisnis harus beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan. Kemampuan untuk menyelaraskan sumber daya dan kapabilitas dengan tujuan strategis mendorong ketangkasan dan responsivitas, yang penting untuk mempertahankan keunggulan kompetitif (Govuzela & Mafini, 2019).

Tata kelola perusahaan juga memainkan peran penting dalam mengelola bisnis yang sukses. Praktik tata kelola perusahaan yang baik memastikan bahwa suatu organisasi beroperasi secara transparan dan etis, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan pemangku kepentingan. Persepsi mahasiswa bisnis mengenai praktik terbaik tata kelola perusahaan menyoroti pentingnya manajemen sumber daya manusia yang strategis dan manajemen risiko sebagai komponen utama tata kelola yang efektif (Zuckweiler et al., 2016). Selain itu, mengintegrasikan tata kelola teknologi informasi dengan kerangka tata kelola perusahaan dapat mendukung manajemen risiko perusahaan, sehingga meningkatkan ketahanan organisasi secara keseluruhan (Rubino & Vitolla F, 2014).

Terakhir, pertimbangan etika dalam manajemen bisnis tidak dapat diabaikan. Integrasi etika bisnis ke dalam praktik operasional tidak hanya menumbuhkan budaya perusahaan yang positif tetapi juga meningkatkan reputasi organisasi dan hubungan pemangku kepentingan. Praktik bisnis yang etis semakin diakui penting untuk kesuksesan jangka panjang, karena praktik tersebut memandu pengambilan keputusan dan mempromosikan praktik bisnis yang berkelanjutan (Irawan et al., 2021).

B. BISNIS DAN PENGELOLAANNYA

1. Kepemilikan Usaha

a. Kepemilikan Tunggal dan Kemitraan

Kepemilikan usaha merupakan struktur dasar yang mendefinisikan bagaimana sebuah bisnis dimiliki dan dioperasikan (Alkurdi et al., 2021). Pemilihan bentuk kepemilikan ini penting karena berdampak pada aspek hukum, keuangan, operasional, dan

pengelolaan risiko dalam bisnis. Dua bentuk kepemilikan usaha yang umum adalah kepemilikan tunggal (*sole proprietorship*) dan kemitraan (*partnership*).

Kepemilikan tunggal adalah bentuk usaha yang dimiliki dan dikelola oleh satu individu. Kepemilikan tunggal adalah struktur usaha paling sederhana dan banyak digunakan oleh usaha kecil dan menengah. Kepemilikan tunggal memiliki ciri-ciri antara lain kepemilikan dimiliki dan dikendalikan oleh satu orang, pemilik bertanggung jawab atas seluruh kewajiban dan utang usaha dengan aset pribadi, semua keuntungan menjadi hak pemilik, dan sudah didirikan tanpa banyak persyaratan administratif.

Kelebihan dari kepemilikan tunggal yaitu proses legal dan biaya rendah, pemilik memiliki kendali penuh atas pengambilan keputusan, semua keuntungan usaha menjadi hak pemilik. Kekurangannya yaitu pemilik menanggung semua risiko termasuk menggunakan aset pribadi untuk membayar utang usaha, sulit mendapatkan dana besar karena hanya bergantung pada modal pribadi, dan operasional usaha sepenuhnya bergantung pada keterampilan pemilik. Contohnya usaha kecil seperti warung makan, salon, dan toko kelontong.

Kemitraan adalah bentuk usaha dimana dua atau lebih individu bekerja sama sebagai pemilik untuk menjalankan bisnis, bentuk ini dapat mencakup berbagai jenis, seperti kemitraan umum (*general partnership*) dan kemitraan terbatas (*limited partnership*). Ciri-ciri kemitraan adalah usaha dimiliki oleh dua orang atau lebih berdasarkan perjanjian, keuntungan dibagi berdasarkan persentase kepemilikan atau perjanjian. Dalam kemitraan umum, semua mitra memiliki tanggung jawab penuh, sedangkan kemitraan terbatas, hanya mitra umum yang bertanggung jawab sepenuhnya.

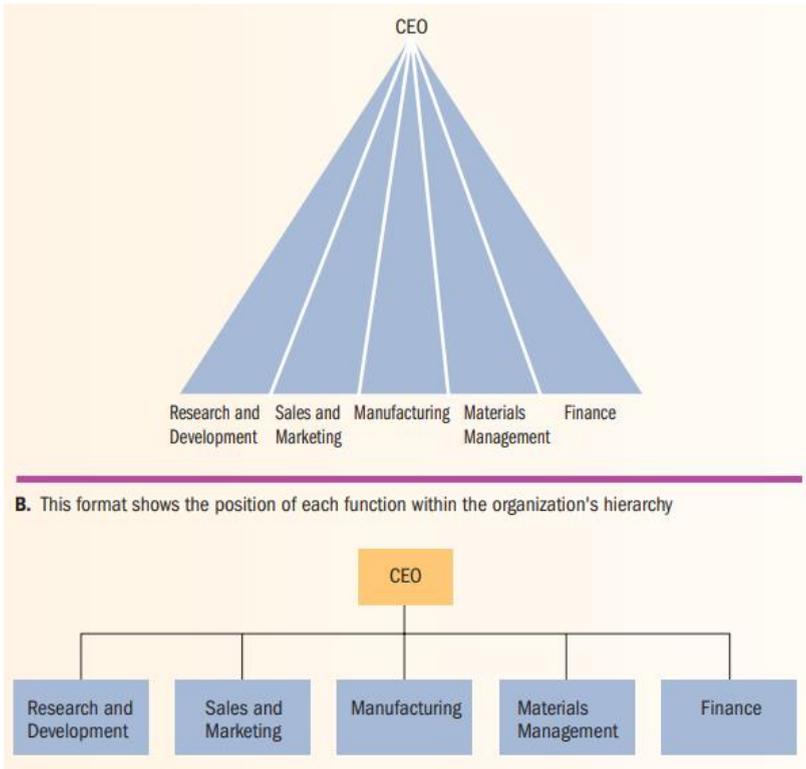
Kelebihan dari kemitraan adalah memiliki modal yang lebih besar karena kontribusi dari beberapa pihak, mitra membawa berbagai keahlian dan pengalaman ke dalam usaha, serta risiko ditanggung bersama oleh para mitra. Kekurangan dari kemitraan yaitu perbedaan pendapat di antara mitra dapat menghambat pengambilan keputusan, semua mitra bertanggungjawab atas utang bisnis (termasuk tindakan yang dilakukan mitra lain), dan kinerja usaha tergantung pada kerja sama mitra. Contoh kemitraan antara lain usaha konsultasi, firma hukum, atau restoran yang dikelola bersama oleh beberapa individu.

b. Korporasi

Korporasi adalah bentuk kepemilikan usaha yang memiliki badan hukum terpisah dari pemiliknya. Korporasi didirikan melalui proses legal formal dan diakui sebagai entitas hukum yang dapat memiliki aset, berhutang, menggugat atau digugat atas namanya sendiri (Lawson, 2014). Pemiliknya disebut pemegang saham yang memiliki tanggung jawab terbatas hanya sebesar modal yang mereka investasikan. Karakteristik dari korporasi yaitu korporasi dianggap sebagai individu hukum yang berdiri sendiri, pemegang saham hanya bertanggungjawab hingga batas modal yang ditanamkan, kepemilikan dibagi dalam bentuk saham yang dapat diperjualbelikan, korporasi tetap eksis meskipun terjadi perubahan pemegang saham, korporasi dikelola oleh dewan direksi dan manajemen yang bertanggungjawab kepada pemegang saham (Dimson & Karakas, 2015).

Korporasi terbagi menjadi tiga jenis yaitu korporasi publik, korporasi privat, dan korporasi nirlaba. Pada korporasi publik sahamnya diperdagangkan di pasar modal dan dapat dimiliki oleh masyarakat umum. Korporasi privat dimiliki oleh sejumlah individu tertentu dan sahamnya tidak diperdagangkan secara terbuka. Korporasi nirlaba berfokus pada tujuan sosial atau layanan masyarakat dan tidak mendistribusikan keuntungan kepada anggotanya.

Kelebihan dari korporasi yaitu risiko pemilik terbatas pada modal investasi, korporasi dapat menerbitkan saham atau obligasi untuk mendapatkan modal, korporasi tidak terpengaruh oleh perubahan pemilik, dan kemampuan ekspansi lebih besar berkat struktur modal dan pengelolaan yang terorganisasi. Kekurangan dari korporasi yaitu prosedur pendirian yang kompleks karena memerlukan dokumen legal seperti akta pendirian, dan pendaftaran ke pemerintah, biaya operasional tinggi khususnya biaya legal dan administratif untuk menjaga status korporasi, rawan terjadi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham (*agency problem*), dan keterbatasan fleksibilitas Keputusan karena keputusan penting membutuhkan persetujuan dewan atau pemegang saham.



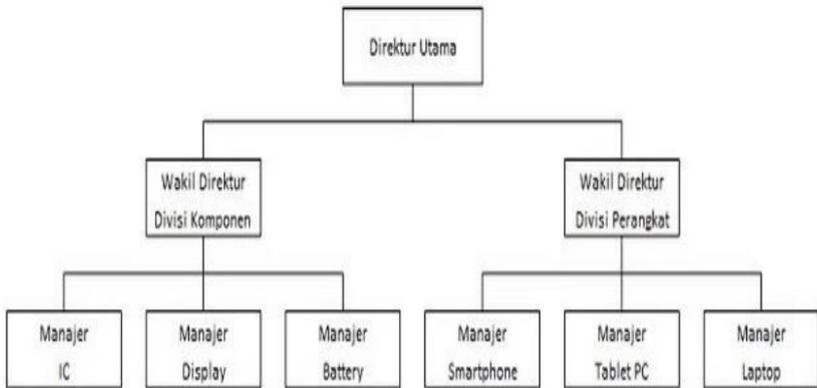
Gambar 2.4. *Functional Structure*

2) Struktur Divisi

Sebuah struktur dimana fungsinya dikelompokkan bersama sesuai dengan spesifiknya tuntutan produk, pasar, atau pelanggan. Struktur yang paling umum diadopsi oleh organisasi untuk memecahkan masalah pengendalian itu dihasilkan dari produksi berbagai jenis produk di banyak lokasi berbeda berbagai jenis pelanggan adalah struktur divisi. Sebuah kelompok struktur divisi berfungsi sesuai dengan permintaan spesifik produk, pasar, atau pelanggan. Tujuannya di balik perubahan struktur divisi adalah menciptakan subunit yang lebih kecil dan lebih mudah dikelola dalam suatu organisasi. Jenis struktur divisi yang dipilih manajer bergantung pada masalah pengendalian spesifik yang dibahas sebelumnya yang perlu dipecahkan.

Jika masalah pengendalian disebabkan oleh jumlah dan kompleksitas produk, organisasi membagi aktivitasnya berdasarkan produk dan

menggunakan struktur produk. Jika masalah kontrolnya karena jumlah lokasi di mana organisasi memproduksi dan menjual produknya, organisasi membagi kegiatannya berdasarkan wilayah dan menggunakan struktur geografis. Jika masalah pengendalian disebabkan oleh kebutuhan untuk melayani sejumlah besar kelompok pelanggan yang berbeda, maka organisasi membagi aktivitasnya berdasarkan kelompok pelanggan dan menggunakan struktur pasar. Selanjutnya, kita membahas jenis struktur divisi ini, yang dirancang untuk memecahkan masalah pengendalian tertentu. Setiap jenis struktur divisi mempunyai diferensiasi vertikal dan horizontal yang lebih besar dibandingkan struktur fungsional dan menggunakan mekanisme pengintegrasian yang lebih kompleks.



Gambar 2.5. Struktur Divisi

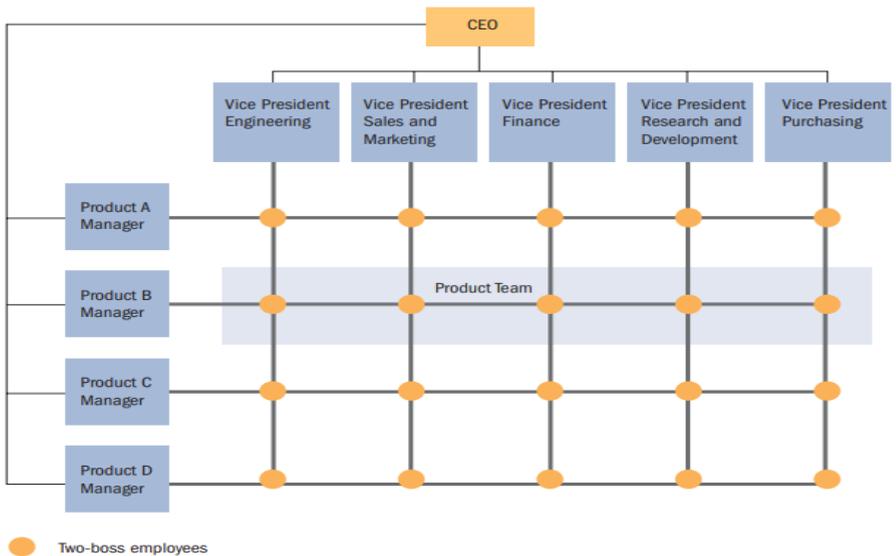
3) Struktur Matriks

Sebuah struktur di mana orang-orang dan sumber daya dikelompokkan ke dalam dua cara secara bersamaan: oleh fungsi dan berdasarkan proyek atau produk. Pencarian cara yang lebih baik dan lebih cepat untuk mengembangkan produk dan menanggapi kebutuhan pelanggan telah menyebabkan beberapa perusahaan memilih struktur matriks, desain organisasi yang mengelompokkan orang dan sumber daya dalam dua cara secara bersamaan: berdasarkan fungsi dan produk. Struktur matriks mirip dan berbeda dari struktur tim produk.

Sebelum memeriksa perbedaan-perbedaan tersebut, mari kita periksa bagaimana struktur matriks bekerja. Dalam konteks desain organisasi,

matriks adalah kisi-kisi persegi panjang yang memperlihatkan aliran vertikal tanggung jawab fungsional dan aliran horizontal tanggung jawab produk. Di dalam Gambar 6, garis mengarah ke bawah mewakili pengelompokan tugas berdasarkan fungsi, dan garis yang menunjuk dari kiri ke kanan mewakili pengelompokan tugas berdasarkan produk. Sebuah organisasi dengan struktur matriks dibedakan menjadi fungsi apa pun yang dibutuhkan organisasi mencapai tujuannya.

Organisasi itu sendiri sangat datar, memiliki tingkat hierarki minimal di dalamnya masing-masing fungsi dan kewenangannya didesentralisasi. Pegawai fungsional melapor kepada pimpinannya masing-masing fungsi (biasanya, wakil presiden fungsional) tetapi tidak bekerja di bawah langsungnya pengawasan. Sebaliknya, pekerjaan personel fungsional ditentukan terutama oleh keanggotaan dalam salah satu dari beberapa tim produk lintas fungsi di bawah kepemimpinan suatu produk manajer. Anggota tim disebut karyawan dua bos karena mereka melapor dua atasan: manajer tim produk dan manajer fungsional. Fitur yang menentukan Salah satu ciri struktur matriks adalah kenyataan bahwa anggota tim mempunyai dua atasan.



Gambar 2.6. Struktur Matriks

BAB 2 PENGELOLAAN

KEUANGAN PERUSAHAAN

A. PELAPPORAN KEUANGAN

Segala sesuatu yang dilakukan oleh suatu bisnis untuk menyediakan data keuangannya dikenal sebagai pelaporan keuangan. Setiap media pelaporan informasi yang secara langsung atau tidak langsung terkait dengan data yang disediakan oleh sistem akuntansi, data mengenai sumber daya ekonomi, utang, laba berkala, dan sebagainya, dianggap sebagai bagian dari pelaporan keuangan, yang juga mencakup laporan keuangan.

Secara sederhana, pelaporan keuangan adalah proses pengungkapan data moneter. Entitas keuangan adalah data yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Pengungkapan informasi keuangan dan komersial adalah langkah pertama dalam tahap pelaporan keuangan, yang juga melibatkan identifikasi peristiwa atau transaksi keuangan. Pengguna informasi keuangan adalah penerima yang dituju dari pelaporan keuangan. Hasil utama dan akhir dari pelaporan keuangan adalah laporan keuangan. Agar dianggap akurat, informasi yang diberikan harus sesuai dengan keadaan sebenarnya.

1. Keterbandingan: Laporan harus dapat melakukan perbandingan dengan entitas lain atau dengan periode yang terjadi di masa lalu.
2. Informasi harus bermanfaat bagi pengambilan keputusan oleh para pemangku kepentingan agar dapat dianggap relevan.
3. Agar memberikan transparansi, laporan harus mengungkapkan semua informasi yang dibutuhkan konsumen untuk memahami situasi keuangan.

Tujuan pelaporan keuangan adalah untuk memberikan data keuangan kepada masyarakat yang dapat mereka manfaatkan untuk membuat keputusan keuangan yang lebih baik. Calon investor, investor, kreditor, dan kreditur adalah beberapa pihak internal yang menggunakan informasi keuangan. Pihak luar yang berkepentingan dengan data keuangan juga memanfaatkan data keuangan.

1. Siklus Akuntansi

Tidak ada perusahaan yang mampu mengabaikan kebutuhan akuntan dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif saat ini. Mereka bertanggung jawab untuk mengumpulkan data keuangan dan menulis laporan yang menguraikan situasi keuangan perusahaan. Siklus akuntansi merupakan operasi penting yang berjalan di belakang layar. Banyak bisnis gagal memperhatikan siklus ini, meskipun sangat penting. Meskipun mereka kompeten dalam meninjau catatan keuangan standar, mereka sering kali gagal memahami keseluruhan cakupan peluang yang disajikan oleh siklus akuntansi. Saat transaksi terjadi, siklus akuntansi dimulai. Data keuangan dicatat, digabungkan, dan disajikan dalam proses ini.

Siklus Akuntansi adalah prosedur untuk menghasilkan laporan keuangan yang mematuhi kaidah akuntansi yang diakui dan dapat diverifikasi. Bahri (2020:53) mendefinisikan siklus akuntansi sebagai proses yang dimulai dengan transaksi dan berpuncak pada pembuatan laporan keuangan, yang kemudian siap untuk pencatatan selanjutnya. Menurut Sujarweni (2018:4), siklus akuntansi meliputi serangkaian operasi dalam akuntansi, yang dimulai dengan pencatatan dan berpuncak pada pembuatan laporan keuangan, yang dirinci dari penyiapan transaksi, pendokumentasian transaksi dalam jurnal, pencatatan dalam buku besar, menyusun neraca saldo, jurnal penyesuaian diperlukan jika suatu transaksi memerlukan modifikasi, menyusun neraca saldo atau laporan kerja, menyusun laporan keuangan (laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, dan neraca), menyiapkan jurnal penutup dan akun percobaan akhir, menyiapkan jurnal penyesuaian (entri pembalik.)

Untuk memastikan konsistensi dalam penyajian laporan keuangan, Standar Akuntansi Keuangan (SAK) menyediakan kerangka kerja untuk pendekatan tersebut. Sebagai hasil dari upaya konvergensi IFRS, SAK Indonesia berkembang seiring dengan Standar Akuntansi IFRS, hingga tahun 2024.



Gambar 2.1. Siklus Akuntansi
 Sumber: Martani, dkk (2016)

2. Laporan Keuangan

Entitas menyusun laporan keuangan secara berkala untuk berbagi informasi dan data dengan mereka yang memanfaatkannya dalam menjalankan operasi perusahaan. Laporan yang merinci status keuangan dan kinerja perusahaan selama periode waktu tertentu dikenal sebagai laporan keuangan (Budiman Raymond, 2021). Laporan keuangan adalah bahasa bisnis. Pengguna dapat mengakses data olahan mengenai status keuangan perusahaan melalui laporan keuangan. Bisnis terus memberi informasi kepada pemangku kepentingan dan pihak berkepentingan lainnya tentang kemajuannya melalui kegiatan operasional melalui penyusunan laporan keuangan tiap triwulan. Catatan yang memberikan penjelasan mengenai kondisi keuangan suatu perusahaan disebut laporan keuangan. Mengingat laporan keuangan merupakan landasan berbagai keputusan penting mengenai kelangsungan hidup suatu entitas perusahaan (Rianto dan Almurni, 2020), maka hakikat laporan keuangan sangatlah penting.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan merupakan salah satu jenis laporan yang memberikan gambaran mengenai posisi keuangan suatu perusahaan, perkembangan perusahaan, dan hasil kegiatan perusahaan pada kurun waktu tertentu. Setelah laporan keuangan selesai disusun, maka laporan keuangan dapat dijadikan sebagai acuan dalam rangka menilai dan menginterpretasikan suatu keputusan. Kasmir (2019: 28-30) menyatakan bahwa secara umum, terdapat lima jenis laporan keuangan yang disusun:

- a. Neraca merupakan laporan keuangan yang menampilkan aset, kewajiban, dan ekuitas per tahun.

- b. Laporan laba rugi
Laporan laba rugi menunjukkan kepada pemangku kepentingan atau manajemen potensi perusahaan untuk memperoleh laba bersih sepanjang suatu periode akuntansi. SAK ETAP (2009) mendefinisikan penjelasan laporan laba rugi sebagai pos-pos pendapatan, beban yang diakui, komponen pendapatan metode ekuitas, beban pajak, dan laba bersih.
- c. Laporan perubahan ekuitas
Syaiful Bahri (2016:143) menyatakan bahwa laporan ekuitas merupakan komponen utama laporan keuangan karena menunjukkan laba rugi selama periode pelaporan keuangan dengan melihat aktivitas transaksi modal dengan pemilik, distribusi kepada pemilik saldo laba rugi yang terakumulasi, akhir periode perubahan, premium saham, dan diskonto saham. Pengungkapan perubahan ekuitas harus disesuaikan dengan masing-masing organisasi.
- d. Laporan arus kas
Laporan ini mencakup perubahan kas dan setara kas historis dari operasi operasi, investasi, dan pendanaan selama satu periode akuntansi.
- e. Catatan atas laporan keuangan
Catatan atas Laporan Keuangan (CaLK) meliputi penjelasan atau daftar terinci atas nilai suatu pos yang disajikan dalam Laporan Realisasi Anggaran, Neraca, Laporan Operasional dan Laporan Perubahan Ekuitas
- f. Catatan atas laporan keuangan mencakup informasi mengenai neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, dan informasi terkait lainnya.

B. AKUNTANSI KEUANGAN

Organisasi profesi akuntansi di suatu negara menghasilkan Standar Akuntansi Keuangan. Asosiasi profesi ini, IAI (Ikatan Akuntansi Indonesia), memilih ketua dan pengurusnya dalam kongres setiap empat tahun. Konsep dasar menjadi dasar Standar Akuntansi Keuangan. Berikut ini adalah beberapa dasar akuntansi.

1. Entitas Bisnis Entitas bisnis berasumsi bahwa akuntansi diterapkan pada entitas ekonomi dalam masyarakat. Sugiarto (2022:11) mendefinisikan entitas sebagai semua organisasi entitas bisnis, termasuk perusahaan, orang, firma, korporasi, koperasi, perusahaan milik negara, dan lain-lain.

BAB 3 PEMASARAN DAN **PENJUALAN PRODUK DAN** **JASA PERUSAHAAN**

A. BAURAN PEMASARAN

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan konsep yang diperkenalkan oleh E. Jerome McCarthy dan terdiri dari empat elemen inti yang sering dikenal sebagai 4P, yaitu: Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), dan Promosi (Promotion). Elemen-elemen ini digunakan secara terintegrasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, menciptakan kepuasan, serta mendorong pertumbuhan bisnis (Mr. Lokesh K R & Ms. S Kavitha, 2023). Bauran pemasaran adalah kumpulan alat dan taktik yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya di pasar target. Selain itu, bauran pemasaran juga dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mengubah permintaan terhadap barang dan jasa yang mereka produksi sehingga konsumen membuat keputusan untuk membeli barang dan jasa tersebut. Dalam perkembangan modern, konsep 4P ini sering kali diperluas menjadi 7P, yang mencakup Orang (People), Proses (Process), dan Bukti Fisik (Physical Evidence) terutama dalam konteks pemasaran jasa.

1. Produk

Prinsip dasar dari strategi pemasaran adalah "produk", yang mencakup segala sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen, baik itu barang maupun jasa. Produk tidak hanya dinilai dari substansinya sebagai barang yang utuh, tetapi juga dari nilai yang melekat padanya. Perusahaan yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan nilai sebuah barang dari merek yang dibangunnya dapat meningkatkan nilainya. Dalam konteks bauran

pemasaran, perusahaan harus mempertimbangkan elemen-elemen berikut dalam manajemen produk:

a. Kualitas produk

Kualitas produk menjadi sangat penting bagi perusahaan dalam pembuatan barang dan jasa. Produk berkualitas tinggi dengan jaminan dapat menarik minat pasar dan menjadi daya saing utama bagi bisnis. Kualitas produk dapat dilihat dari fiturnya, seperti daya tahan, kehandalan, dan efisiensi. Produk harus memenuhi atau melampaui harapan konsumen dari segi kualitas.

b. Fitur produk

Setiap fitur produk harus dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan atau tren pasar. Kesesuaian produk memegang peranan penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen, karena dapat membantu konsumen dalam membandingkan suatu produk tertentu dengan produk sejenis lainnya. Dengan menawarkan solusi yang menjawab kebutuhan konsumen, sebuah bisnis dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memiliki fitur-fitur yang membedakannya dari pesaing. Atribut produk, seperti desain elegan atau fungsionalitas inovatif, juga dapat menimbulkan respons emosional dengan memberikan pengalaman emosional yang membuat pelanggan merasa dihargai. Produk dengan fitur tambahan juga memiliki kualitas yang lebih tinggi secara umum.

c. Desain produk

Desain produk merupakan proses dalam hal merancang tampilan produk, fungsionalitas, dan pengalaman pengguna suatu produk dengan tujuan meningkatkan value yang diperoleh oleh konsumen. Desain ini mencakup kegunaan dan estetika dari sebuah produk. Hal ini akan berdampak pada bagaimana produk dikenal di pasar. Target pasar harus menganggap bahwa desain fungsional dan estetis produk yang ditawarkan oleh perusahaan menarik. Selain itu, desain produk memerlukan pemilihan dari segi bahan, warna, bentuk, dan karakteristik terkait untuk memastikan bahwa produk akhir tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional pelanggan tetapi juga membangkitkan kepuasan dari konsumen. Dalam dunia bisnis, desain produk yang baik dapat menjadi pembeda utama di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Produk dengan desain yang menarik

dan fungsional lebih menarik perhatian konsumen dan menciptakan loyalitas merek. Sebagai contoh, perusahaan seperti Apple dikenal karena desain produk mereka yang elegan, minimalis, dan *user-friendly*, yang menjadikan produknya bukan hanya alat, tetapi juga simbol status. Oleh karena itu, desain produk yang sukses tidak hanya mempertimbangkan kebutuhan teknis, tetapi juga memahami selera dan preferensi pasar. Lebih jauh lagi, desain produk juga memiliki implikasi terhadap efisiensi produksi dan keberlanjutan. Desain yang inovatif dapat mengurangi biaya produksi, meminimalisir limbah, dan mendukung inisiatif ramah lingkungan, yang semakin diminati oleh konsumen saat ini. Misalnya, penggunaan material daur ulang atau desain modular yang memudahkan perbaikan merupakan tren desain yang berkembang untuk mendukung keberlanjutan. Dengan demikian, desain produk tidak hanya tentang visual dan fungsi, tetapi juga tentang menciptakan solusi jangka panjang yang berkelanjutan untuk perusahaan dan konsumen.

d. Merek (*Branding*)

Merek/ *Branding* adalah investasi jangka panjang yang penting bagi keberlanjutan bisnis. Branding dapat menciptakan keunggulan kompetitif, mempengaruhi preferensi dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan imbalan finansial dan keberlanjutan bisnis (Mindrut et al., 2015). Branding juga memberikan identitas unik pada usaha, membedakannya dari pesaing, dan menciptakan nilai tambah (Zhou et al., 2024). Merek mencakup elemen-elemen seperti logo, tema unik, kualitas layanan, serta reputasi. Merek yang kuat meningkatkan loyalitas pelanggan dan dapat membedakan produk di pasar yang kompetitif.

e. Jaminan dan Layanan Purna Jual

Loyalitas produk dapat dinilai dari Jaminan dan layanan purna jual yang disediakan oleh perusahaan. Konsep jaminan menurut (Mulye et al., 2024) dapat berupa menyediakan layanan pemeliharaan bagi pelanggan selama masa jaminan, memastikan bahwa produk berfungsi sesuai harapan konsumen, serta memberikan rasa aman kepada pelanggan dengan mengatasi potensi risiko kegagalan produk. Penawaran jaminan, layanan perbaikan, atau dukungan teknis membantu meningkatkan persepsi kualitas dan loyalitas konsumen.

BAB 4 OPERASI

PERUSAHAAN DAN

PEKERJAAN PRODUKSI

A. PENDAHULUAN

Operasi perusahaan dan pekerjaan produksi adalah dua elemen kunci dalam manajemen perusahaan yang menentukan bagaimana barang dan jasa dihasilkan serta didistribusikan. Kegiatan operasional mengacu pada semua aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan nilai bagi pelanggan, termasuk perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan berbagai proses produksi. Sementara itu, pekerjaan produksi adalah bagian dari operasi yang berfokus pada konversi bahan baku menjadi produk akhir melalui rangkaian proses produksi tertentu.

Operasi perusahaan adalah seluruh kegiatan dan proses yang dilakukan dalam bisnis untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan, seperti menghasilkan produk atau layanan, memenuhi kebutuhan pelanggan, dan mencapai profitabilitas. Operasi perusahaan mencakup berbagai aspek, termasuk manajemen sumber daya, produksi, distribusi, pemasaran, dan administrasi. Secara umum, operasi perusahaan meliputi:

1. **Produksi:** Proses mengubah bahan baku menjadi produk jadi atau layanan yang siap dijual.
2. **Manajemen Sumber Daya:** Pengelolaan bahan baku, tenaga kerja, teknologi, dan modal untuk mendukung kegiatan bisnis.
3. **Distribusi:** Pengiriman produk atau layanan kepada pelanggan atau distributor.
4. **Pengelolaan Stok dan Logistik:** Mengatur persediaan bahan baku dan produk jadi, serta mengoptimalkan proses pengiriman.
5. **Layanan Pelanggan:** Memberikan layanan kepada pelanggan untuk memastikan kepuasan dan loyalitas.

6. Keuangan dan Administrasi: Mengelola arus kas, pembukuan, dan laporan keuangan, serta administrasi bisnis lainnya.

Tujuan dari operasi perusahaan adalah untuk menciptakan nilai tambah, memaksimalkan efisiensi, dan menjaga keberlanjutan bisnis agar dapat bersaing di pasar. Berikut adalah beberapa topik utama dalam materi operasi perusahaan:

1. Manajemen Operasi

Manajemen operasi adalah bidang yang fokus pada perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan proses produksi serta pengiriman barang dan jasa. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional guna memenuhi kebutuhan pelanggan, mengurangi biaya, dan meningkatkan kualitas produk atau layanan. Dengan meningkatkan efisiensi dan efektivitas, perusahaan dapat lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan, mengoptimalkan alokasi sumber daya, serta memastikan biaya produksi atau operasional tetap terkendali. Hal ini juga membuka peluang untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan, yang pada akhirnya dapat memperkuat kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap brand.

2. Perencanaan dan Pengendalian Produksi

Perencanaan produksi melibatkan penentuan jumlah produk yang akan diproduksi dalam periode tertentu, jadwal produksi, dan sumber daya yang diperlukan. Pengendalian produksi bertujuan untuk memastikan bahwa proses produksi berjalan sesuai rencana, termasuk pengawasan terhadap kualitas dan waktu produksi. Metode yang umum digunakan dalam perencanaan dan pengendalian produksi meliputi:

- a. Just In Time (JIT): mengurangi inventaris dan meningkatkan efisiensi dengan memproduksi barang hanya saat diperlukan.
- b. Material Requirements Planning (MRP): mengelola inventaris dan jadwal produksi berdasarkan permintaan.
- c. Capacity Planning: menentukan kapasitas produksi yang dibutuhkan untuk memenuhi permintaan.

3. Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management*)

Manajemen rantai pasokan adalah pengelolaan aliran barang, informasi, dan sumber daya dari pemasok ke produsen hingga konsumen akhir. Tujuannya adalah untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya,

dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Aspek penting dalam manajemen rantai pasokan meliputi:

- a. Koordinasi dan Kolaborasi: membangun hubungan yang baik antara semua pihak dalam rantai pasokan.
- b. Pengelolaan Risiko: mengidentifikasi dan mengatasi risiko yang dapat mengganggu rantai pasokan.
- c. Optimalisasi Proses: menggunakan teknologi dan metodologi untuk meningkatkan aliran informasi dan barang.

Manajemen operasi yang efektif sangat penting untuk kesuksesan bisnis, karena dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan daya saing di pasar.

B. PROSES PRODUKSI

1. Jenis-jenis Proses Produksi

a. Proses Berkelanjutan (*Continuous Process*)

Dalam proses ini, produksi berlangsung secara terus-menerus tanpa henti. Cocok untuk produk yang memiliki permintaan tinggi dan standar, seperti bahan bakar, kimia, atau makanan olahan. Contoh: Pabrik minyak, pabrik semen.

b. Proses Batch (*Batch Process*)

Proses produksi dilakukan dalam kelompok atau batch. Setiap batch dapat berbeda dalam jenis produk atau spesifikasi. Ini memungkinkan fleksibilitas dalam produksi, tetapi dengan waktu henti antar batch. Contoh: Pabrik roti, pabrik tekstil.

c. Proses Proyek (*Project Process*)

Proses ini digunakan untuk produksi barang atau jasa yang unik dan biasanya berskala besar. Setiap proyek memiliki karakteristik khusus dan memerlukan perencanaan yang intensif. Contoh: Konstruksi bangunan, pembuatan film.

2. Desain Proses dan Alur Kerja

- a. Desain Proses: Merupakan penentuan langkah-langkah dalam proses produksi untuk memastikan efisiensi dan efektivitas. Ini mencakup pemilihan jenis proses, penentuan alat dan teknologi yang digunakan, serta pengaturan urutan kegiatan. Desain yang baik akan meminimalkan waktu dan biaya sambil menjaga kualitas produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Anheier, H. K. (2014). *Nonprofit Organizations: Theory, Management, Policy*. Routledge.
- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Airlangga University Press.
- Anwar, S. N. (2023). *Analisis Sistem Pengendalian Internal Persediaan dan Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Barang Dagang PT. Mido Indonesia*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Arianie, G. P., & Puspitasari, N. B. (2017). Perencanaan manajemen proyek dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas sumber daya perusahaan (studi kasus: Qiscus Pte Ltd) . *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 12(3), 189–196.
- Astawinetu, Erwin Dyah dan Sri Handini. (2020). *Manajemen Keuangan Teori dan Praktik*. Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka.
- Bahri, S. (2020). *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Andi.
- Bahri, S. (2016). *Pengantar Akuntansi*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Ayyildiz, H., Akmermer, B., & Akyüz, A. M. (2016). Marketing approach for non-profit organizations. *Handbook of Research on Managerial Solutions in Non-Profit Organizations*, January 2018, 156–181. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-0731-4.ch008>
- Bachynsky, E. A., Dale, V. H. M., Kinnison, T., & Gazard, J. (2013). A survey of the opinions of recent veterinary graduates and employers regarding early career business skills. *Research Gate*. <https://doi.org/10.1136/vr.101376>
- Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia. (2001). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2001 tentang Yayasan*.
- Balaji, K. (2023). *Digital Marketing- A Boost to Today 's Businesses*. April.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2020). *Principles of Corporate Finance*. McGraw-Hill Education.

- Brown, S., Bessant, J., & Lamming, R. (2013). *Strategic Operations Management*. Routledge.
- Brueller, N. N., Carmeli, A., & Markman, G. (2018). Linking Merger and Acquisition Strategies to Postmerger Integration: A Configurational Perspective of Human Resource Management. *Journal of Management*, 44(5), 1793–1818.
- Budiman, R. (2018). *Rahasia Analisis Fundamental Saham*. TT: Elex Media Komputindo.
- Bursa Efek Indonesia (BEI). (2017). *Panduan Perusahaan Tercatat di BEI*.
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. (2006). *Operations Management for Competitive Advantage*. McGraw-Hill Education.
- Cote, C. (2023). 4 Examples of Business Negotiation Strategies. <https://doi.org/https://online.hbs.edu/blog/post/negotiating-in-business>
- Darmadji, T. & Fakhruddin, H.M. (2022). *Pasar Modal Di Indonesia*. Jakarta. Salemba Empat.
- Diatmiko, T. (2015). *Bisnis Waralaba di Indonesia: Panduan Lengkap untuk Pemula*. Gramedia.
- Dirgantara, Universitas, and Marsekal Suryadarma. (2020). Penerapan Metode Penyusutan Aset Tetap (Studi Kasus Pada Pt Chandra Sakti Utama Leasing Jakarta). *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsurva* 5(2):111–21. doi: 10.35968/jbau.v5i2.434.
- Dunia, Firdaus Ahmad, dkk. (2018). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Endriatomo, S., & Noor, A. (2021). Penentuan Harga Jual Produk dengan Pendekatan Full Costing. *Jurnal Akuntabel*, 18(3), 392–398.
- Dunning, J. H., & Lundan, S. M. (2008). *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Edward Elgar Publishing.
- Febriyanti, L., & Rachmawati, T. (2023). Analisis Perbandingan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing dan Variable Costing sebagai Penentuan Harga Jual Pada PT. Lusuka Kreatif Indonesia. *Jurnal Riset Ilmu Akuntansi*, 2(1), 252–264.

- Fernando, A. C. (2011). *Corporate Governance: Principles, Policies, and Practices* (2nd ed.). PEARSON.
- Finansialku. (2022). *Apa Bedanya Inkubator dan Akselerator untuk Startup*.
- Fuad, M., Edy, S dkk.(2020). *Anggaran Perusahaan Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gaither, N., & Frazier, G. (2002). *Operations Management*. South-Western College Publishing.
- Ganyang, M. T. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep dan Realita*. In Media.
- Govuzela, S., & Mafini, C. (2019). Organisational agility, business best practices and the performance of small to medium enterprises in South Africa. *South African Journal Of Business Management*, 50(1).
- Griffin, R. W. (2013). *Management: Principles and Practices*. South-Western Cengage Learning.
- Groover, M. P. (2020). *Automation, Production Systems, and Computer-Integrated Manufacturing*. Pearson.
- Harnovinsah. Dkk. (2020). *Bunga Rampai Akuntansi Publik:Isu Kontemporer Akuntansi Publik*. Surabaya: Unitomo Press.
- Heizer, J., & Render, B. (2016). *Principles of Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Pearson.
- Hendrik. (2021). *Startup Adalah: Pengertian, Jenis-Jenis, Kelebihan, dan Kekurangannya*. Gramedia.
<https://doi.org/https://www.gramedia.com/literasi/startup/>
- Hill, C. W. L., & Hult, G. T. M. (2020). *Global Business Today*. McGraw-Hill Education.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Education.
- Horngren, C. T., & Walter, T. H. (2013). *Akuntansi*. Erlangga.
<https://nasional.kontan.co.id/news/kominfo-jumlah-startup-digital-tanah-air-mengalami-peningkatan>.

<https://www.ruangkerja.id/blog/apa-itu-startup-jenis-dan-contohnya>

Husnaini, W., & Tjahjadi, B. (2021). Quality management, green innovation, and firm value: Evidence from Indonesia. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 11(1), 255–262. <https://doi.org/10.32479/ijeep.10282>.

Husnunnisa, Intan Aulia (2024). Apa itu Startup? Ini Pengertian, Jenis-Jenis, dan Contohnya

Hutabarat, F. (2021). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan. Desenta Publisher.

Ilyas, G. B., Rahmi, S., Tamsah, H., Munir, A. R., & Putra, A. H. P. K. (2020). Reflective model of brand awareness on repurchase intention and customer satisfaction. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9). <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.427>

Indonesia Investment Coordinating Board (BKPM). (2024). Panduan Investasi untuk Korporasi di Indonesia.

International Franchise Association (IFA). (2024). Guide to Franchise Ownership.

InvestinAsia Team. (2023). 8 Types of Business Plans and Their Significance. *Business and Investment Insights*.

Irawan, F., Ahmad, L. H., & Muhasan, I. (2021). The Impact Of Corporate Social Responsibility On Tax Aggressiveness. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 93–102.

Jones, G. R. . (2013). *Organizational theory, design, and change*. Pearson.

Jumingan. (2018). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Bumi Aksara.

Justis, R. T., & Judd, R. J. (2002). *Franchising: An Entrepreneur's Guide*. Cengage Learning.

Kamarudin, K., & Dewi, M. (2021). Analisis Pencatatan Metode Penyusutan Asset Tetap Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan Dan Peraturan Perpajakan Pengaruhnya Terhadap Laporan Keuangan

- Astra Honda Baubau. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi UMButon* 3(2):1–13.
- Kariyoto. (2017). *Analisa Laporan Keuangan*. Cetakan Pertama. UB Press. Malang.
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kaur, B., & Singh, J. (2022). Significance of brand perception in stimulating consumer engagement. In *Promoting Consumer Engagement Through Emotional Branding and Sensory Marketing*. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-5897-6.ch0017>
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2018). *Intermediate Accounting: IFRS Edition*. John Wiley & Sons, Inc.
- Kolev, K. D. (2015). To Divest or not to Divest: A Meta-Analysis of the Antecedents of Corporate Divestitures. *British Journal of Management*, 27(1), 179–196. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/1467-8551.12145>
- Kontan (2024). *Kominfo: Jumlah Startup Digital Tanah Air Mengalami Peningkatan*
- Krajewski, L. J., Ritzman, L. P., & Malhotra, M. K. (2018). *Operations Management: Processes and Supply Chains*. Pearson.
- Kuraesin, A. D. (2016). Influence Organizational Structure on the Quality of Accounting Information Systems. *Research Journal of Finance and Accounting*, 7(2), 225–234.
- Kurniawan, A. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Kurniawan, A., (2018). Analisis Penerapan Metode Penyusutan Aktiva Tetap Dan Dampaknya Terhadap Laba Perusahaan Studi Kasus Pada PT Kon KWAT Indonesia. (55):1–95.
- Kusnadi. (2024). Interkoneksi Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Di Era Digital. 2(1), 45–56.

- L, L., Yuhaniar. (2019). Analisis Perhitungan Penyusutan Aktiva Tetap Menurut PSAK 17 dan Undang- Undang Pajak serta Dampaknya Terhadap Penghasilan Kena Pajak. PT.Wana Arta Manggala. Vol. 6, pp. 86-87.
- Lako, A. (2018). Conceptual Framework of Green Accounting. Accounting, May, 60–66.
- Lazonick, W. (2014). Profits Without Prosperity: How Stock Buybacks Manipulate the Market, and Leave Most Americans Worse Off. Institute for New Economic Thinking.
- Longenecker, J. G., Petty, J. W., Palich, L. E., & Hoy F. (2021). Small Business Management: Launching and Growing Entrepreneurial Ventures. Cengage Learning.
- Mahrus, M., & Biswan, A. T. (2021). Praktik Akuntansi Keuangan Menengah Ringkas dan Cergas Mengasah Keterampilan Akuntansi. Unit Penerbitan PKN STAN.
- Mariani, F. I., & Sin, H. K. (2018). Financial Management Canvas. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Martalena, & Malinda, M. (2019). Pengantar Pasar Modal (Edisi Revi). Andi.
- Martani, Dwi., dkk (2016), Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Mcshane, S. L., & Glinow, M. A. V. (2015). Organizational Behavior: Emerging Knowledge and Practice for The Real World (5th ed.). Mcgraw-Hill/Irwin.
- Menaung, C.A., et al. (2022). Analisis Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019, Vol.10 No.1.
- Meredith, J. R., & Shafer, S. M. (2019). Operations and Supply Chain Management for MBAs. John Wiley & Sons.
- Mindrut, S., Manolica, A., & Roman, C. T. (2015). Building Brands Identity. *Procedia Economics and Finance*, 20, 393–403. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00088-X](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00088-X)

- Mr. Lokesh K R, & Ms. S Kavitha. (2023). Marketing Mix Strategies: Measuring the Effectiveness At Reliance Fresh. *EPR International Journal of Economic Growth and Environmental Issues*, September, 1–8. <https://doi.org/10.36713/epra14356>
- Muhammad, A.F. (2021). Penyusunan Dan Penyajian Laporan Keuangan Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, Dan Menengah (Studi Kasus Pada Toko Meubel Zulfa Galery). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*: 1–19.
- Mulye, S., Khatab, A., Diallo, C., Venkatadri, U., & Rezg, N. (2024). Combination Warranty Optimization Model Using Reconditioned Parts Under Age Uncertainty. *IFAC-PapersOnLine*, 58(19), 1240–1245. <https://doi.org/10.1016/J.IFACOL.2024.09.074>
- Nursamsiah., Ade Irva., Farisha Eva Apriani., et. all. (2019). Pengaruh Implementasi Akuntansi Lingkungan terhadap Kinerja Perusahaan. *Organum:Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*. Vol.02 No.02.
- OCBC. (2023). Apa itu Perusahaan Startup? Ini Ciri, Sejarah, dan Contohnya. <https://doi.org/https://www.ocbc.id/id/article/2023/05/19/perusahaan-startup-adalah>
- Oktaviyani, F., & Reskino,). (2023). Financial Statement Fraud: Pengujian Fraud Hexagon Dengan Moderate Audit Committee (Vol. 25, Nomor 1). <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>.
- Orsdemir, A., Hu, B., & Deshpande, V. (2022). Ensuring Corporate Social and Environmental Responsibility through Vertical Integration and Horizontal Sourcing. *Manufacturing & Service Operations Management*, 21(2), 251–477.
- Panji, A. & Puji, P. (2018). *Pengantar Pasar Modal*. Edisi Revisi. Jakarta. Sinar Grafika.
- Peng, M. W. (2017). *Global Strategy*. Cengage Learning.
- Priyono. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (2nd ed.). Zifatama Publisher.
- Purnama, D., Muchlis, S., & Wawo, A. (2017). Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Plus Pricing Dengan

- Pendekatan Full Costing. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 10(1), 119–132.
<https://doi.org/10.33558/jrak.v10i1.1647>
- Purnomo, R.N. (2020). Analisis Pengaruh Keterbukaan Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus: Asean Tahun 2007 – 2017). *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 2(2): 20.
- Purwanto, E. (2020). Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(2), 248–253.
<https://doi.org/10.30871/jama.v4i2.2402>.
- Rahardjo, D. A. S. (2022). *Buku Ajar Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Ramdaniyati, S. (2022). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Dan Variable Costing Dalam Menentukan Harga Jual. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), 28–35.
- Raymond, Siregar, D. L., Sukma, M., Hartati, Sari, V. N., Andra, R. S., Lubis, B. L. R. A., Mirsal, Candana, D. M., Afuan, M., Sari, M. W., Anwar, R. N., Juliardi, B., & Novrianto, A. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia (1st ed.)*. CV. Gita Lentera.
- Rianto, S. R. Y. P., & Almurni, S. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi audit delay pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2019. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*, 1–15.
- Rizal, A. (2020). Perbedaan Perusahaan Startup dengan Perusahaan Konvensional?
<https://doi.org/https://infokomputer.grid.id/read/122393079/perbedaan-perusahaan-startup-dengan-perusahaan-konvensional?page=all>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2007). *Manajemen (8th ed., Vol. 1)*. PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., Jaffe, J., & Jordan, B. D. (2022). *Corporate Finance*. McGraw-Hill Education.

- Rubino, M., & Vitolla F. (2014). Internal Control over Financial Reporting: Opportunities Using the COBIT Framework. *Managerial Auditing Journal*, 29, 736–771.
- Rugman, A. M., & Collinson, S. (2017). *International Business*. Pearson.
- Safitri, A.& Sari, F. (2022). Analisis Penerapan Akuntansi Lingkungan Terhadap Pengelolaan Limbah Pada Pt Panggung Jaya Indah. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Auditing*, 3(1-8). <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/jaka/article/view/6640>
- Saing, B. (2022). *Buku Ajar Manajemen Sumberdaya Manusia*. Ubhara Press.
- Salamon, L. M. (2015). *The Resilient Sector Revisited: The New Challenge to Nonprofit America*. Brookings Institution Press.
- Sapriyanti. (2019). Implementasi Key Performance Indicator Pada Staff Ground Handling (Petugas Pasasi) di Bandar Udara. *Jurnal Ilmiah Kedirgantaraan*, 16(2), 32-40.
- Schmidt, B. (2009). Costs and Benefits of “Friendly” Boards during Mergers and Acquisitions. SSRN.
- Schonberger, R. J., & Knod, E. M. (1997). *Operations Management: Customer-Focused Principles*. Irwin/McGraw-Hill.
- Silva, P., & Moreira, A. C. (2019). A systematic review of the literature on industrial divestment. *Baltic Journal of Management*, 14. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/BJM-01-2018-0040>
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2019). *Operations Management*. Pearson.
- Stevenson, W. J. (2018). *Operations Management*. McGraw-Hill Education.
- Sudarno, et. all. (2022). *Teori Penelitian Keuangan*, Cetakan 1, CV. Literasi Nusantara Abadi, Malang.
- Sugiarto. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sujarweni, V.W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka baru press.

- Supadi, Yohanes Made dan I Putu Sudana. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Corporate Social Responsibility Pada Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Pertambangan.
- Syaiful, B. (2016). Pengantar Akuntansi. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tannadi, B. (2020) Ilmu Saham : Pengenalan Saham. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- The Oxford Review. (2019). Human Resources Cycle: Comparison of Models. <https://doi.org/https://oxford-review.com/oxford-review-encyclopaedia-terms/human-resources-cycle/>
- Tian, S., Liu, C., & Jiang, F. (2023). Evaluation of Customer Value-Based Pricing Strategies in Hainan's Travel Agencies under a Free Trade Port Framework. *Journal of Operational and Strategic Analytics*, 1(4), 198–213. <https://doi.org/10.56578/josa010405>
- Tricker, B., & Tricker, R. I. (2019). *Corporate Governance: Principles, Policies, and Practices* (4th ed.). Oxford University Press.
- Tsauri, S. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. STAIN Jember Press.
- Tuovila, A. (2022). Forecasting: What It Is, How It's Used in Business and Investing. <https://www.investopedia.com/terms/f/forecasting.asp>.
- Turmudi, M. (2016). Manajemen Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Pada Lembaga Perbankan Syariah. *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), Juni 2016.
- Undang-Undang Republik Indonesia. Nomor 8 Tahun 1995. Tentang Pasar Modal.
- Wisnu, D. (2019). *Teori Organisasi Struktur dan Desain*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Worth, M. J. (2020). *Nonprofit Management: Principles and Practice*. SAGE Publications.
- Yu, X. (2024). The Impact of Brand Positioning on Consumer Willingness to Pay in the Social Media Environment. *Frontiers in Business*,

Economics and Management, 13(1).
<https://doi.org/10.54097/gx2t0m67>

- Yuhaniar, L. L. (2019). Analisis Perhitungan Penyusutan Aset Tetap Menurut Psak 17 Dan Undang- Undang Pajak Serta Dampaknya Terhadap Penghasilan Kena Pajak Pada Pt.Wana Arta Manunggal. *Jurnal Ilmiah. Universitas Buddhi Dharma*, Vol 6
- Yuniarsih, Y. (2022). Analisis Strategi Positioning terhadap Pangsa Pasar: Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 5(5).
<https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i5.2363>
- Zhou, J., Ho, H. W., & He, W. (2024). Physical evidence, branding, and behavior intention: Differential policy in integrated resorts marketing. *Journal of Destination Marketing & Management*, 34, 100930.
<https://doi.org/10.1016/J.JDMM.2024.100930>
- Zuckweiler, K. M., Rosacker, K., & Hayes, S. (2016). Business students' perceptions of corporate governance best practices. *Research Gate*, 16(2), 361–376.

PROFIL PENULIS



Dr. E. Ratna Setyawati Gunawan, S.E, M.Si

Penulis merupakan dosen tetap di Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman (Unsoed). Penulis menyelesaikan pendidikan Sarjana dan Doktor di Unsoed, serta Magister di Universitas Gadjah Mada. Penulis telah menerbitkan satu buku monograf dengan judul *Project Digital: E-Marketplace Melalui Penerapan Inovasi Teknologi*, tiga *book chapter* dengan judul (1) Ragam Pemikiran Pembangunan Ekonomi Perdesaan, (2) *Creativity, Innovation, Entrepreneurship, and Leadership for Sustainable Rural Development*, (3) Pendidikan Kewirausahaan Dalam Perspektif Pembangunan Ekonomi: Menggagas Peran Kewirausahaan Sebagai Pilar Ekonomi Bangsa, serta satu buku referensi dengan judul *Dinamika Global Perekonomian Indonesia*. Selain buku, penulis juga menulis artikel yang telah terbit di jurnal Signifikan terindeks Sinta 2 serta jurnal *International Journal of Human Capital in Urban Management (IJHCUM)* dan jurnal *Contaduria y Administration* terindeks Scopus.

Email: ratna.gunawan@unsoed.ac.id



Dr. Lorina Siregar Sudjiman, BSC., MBA

Penulis lahir di Jakarta, pada tanggal 9 Januari 1970 dan sekarang menetap di Bandung. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Menyelesaikan Pendidikan S1 di *Philippine Union College* tahun 1992, dengan jurusan *Accounting*. Penulis melanjutkan Pendidikan S2 di *University of Santo Tomas, Philippine* tahun 2002 dengan jurusan *Master of Business Administration*. Dan Pendidikan terakhir untuk S3, Penulis menyelesaikan

Pendidikan Doktor Manajemen Keuangan dari Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung pada tahun 2020. Sepanjang Penulis mengambil S2 dan S3, dan hingga saat ini, penulis bekerja sebagai Dosen Fakultas Ekonomi, Program Studi Akuntansi dan Manajemen. Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya Akuntansi Dasar, Akuntansi Dasar, Akuntansi Dasar, dan Akuntansi Dasar. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu.

Email Penulis: lorina.sudjiman@unai.edu



Sri Hardianti Rosadi, S.P., M.Si.

Penulis merupakan Dosen Agribisnis pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan, Universitas Puangrimaggalutung. Sejak tahun 2019 penulis mengawali karir sebagai dosen. Selain sebagai dosen yang melaksanakan Tri Darma Perguruan Tinggi penulis juga diamanahkan tugas tambahan sebagai anggota dari Lembaga Penjaminan Mutu Universitas (LPM) sampai sekarang. Penulis juga pernah menjabat sebagai Sekretaris Program Studi Agribisnis. Saat ini penulis mengampuh mata kuliah Kewirausahaan, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Jejaring Komunitas Bisnis. Penulis juga aktif menulis beberapa karya ilmiah diantaranya berfokus pada Strategi Bisnis, seperti *Marketing Mix*, Business Model Canvas (BMC), serta beberapa karya ilmiah yang melibatkan mahasiswa. Di bidang pengabdian kepada masyarakat, penulis juga telah melaksanakan beberapa kegiatan diantaranya, sebagai ketua pelaksana pada PKM Peningkatan Ekonomi Kelompok melalui Pemberdayaan pada Pengrajin Kain Tenun Sutera, sebagai ketua pada PKM “Pemanfaatan Limbah Sekam menjadi Arang Sekam”, sebagai Ketua pada kegiatan PKM “Pembuatan Pupuk Organik” serta beberapa Pengabdian lainnya.

Email: srihardiantirosadi64@gmail.com



Dr. Capt. Fausta Ari Barata,MM

Penulis merupakan Dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Selain sebagai dosen yang melaksanakan Tri Darma Perguruan Tinggi penulis juga sebagai Chief Executive Officer / Founder FAB ENTERPRISES Group sampai sekarang. Penulis juga aktif sebagai dosen (Assistant Professor) di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sejak tahun 2019. Karir penulis mencakup berbagai posisi strategis, seperti COO di PT Lintas Samudra Borneo Line, General Manager di PT ISPATINDO, dan Captain di perusahaan pelayaran internasional. Selain itu, penulis memiliki sertifikasi profesional, termasuk Certified Supply Chain Analyst (CSCA) dari USA dan Certified Assessor dari BNSP Indonesia. Penulis juga aktif dalam berbagai organisasi, seperti Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI), International Supply Chain Education Alliance (ISCEA), dan Asosiasi Dosen Indonesia (ADI). Penulis sebagai reviewer di berbagai jurnal seperti JResLit (Journal of Research Literature) USA dan GBMR (Journal of Global Business & Management Review) UIB Batam.

Email: fausta@untag-sby.ac.id

BISNIS

Yang

SEHAT DAN CERDAS

Bagaimana Mengelola Bisnis yang Baik?



Dalam dunia bisnis yang terus berkembang, pengelolaan yang baik tidak hanya menjadi sebuah keharusan tetapi juga strategi penting untuk mencapai keberhasilan. Buku ini membahas berbagai aspek penting, mulai dari pengelolaan keuangan, pemasaran, hingga operasi dan produksi perusahaan. Setiap bab dirancang untuk memberikan wawasan yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan bisnis modern.

Kami berharap bahwa buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi pembaca dalam memahami dinamika dunia bisnis serta menginspirasi untuk mengelola usaha secara lebih sehat dan cerdas. Tak lupa, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyusunan buku ini.



CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedigroup
Telp/WA : +62 896-5427-3996

