

PENGANTAR BISNIS



Oleh:
Dr. Dahmiri, SE, MM
Sigit Indrawijaya, SE., M.Si

PENGANTAR BISNIS

PENULIS

Dr. Dahmiri, S.E.,M.M.
Sigit Indrawijaya, S.E.,M.Si.

ISBN 978-602-98081-6-2

EDITOR

Dr. H. Junaidi, SE., Msi
Dr. Drs. Syahmardi Yacob, MBA

DESAIN SAMPUL DAN TATA LETAK :

Fajrin, SE

PENERBIT

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
Jl. Raya Jambi – Muara Bulian KM. 15 Kampus Mendalo, Jambi
Telp. 0741 - 583317

Cetakan Pertama, Oktober 2017

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan cara apapun
tanpa ijin tertulis dari penerbit

ISBN 978-602-98081-6-2



KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena buku Pengantar Bisnis ini selesai disusun. Buku ini disusun atas dasar pemikiran bahwa untuk memotivasi para mahasiswa yang kuliah Pengantar Bisnis perlu adanya bahan bacaan yang telah diramu sedemikian rupa, yang mudah dipahami dan dimengerti oleh para mahasiswa.

Mata kuliah Pengantar Bisnis dimaksudkan supaya mahasiswa mengenal, memahami dan mengetahui bagaimana sebenarnya kehidupan dalam sebuah organisasi dari sisi teori, kemudian mereka mampu membandingkan dengan kehidupan organisasi secara nyata dilapangan. Kalau konsep teori telah tertanam kemudian didukung oleh pengalaman empiris mereka dilapangan, maka diharapkan nantinya berguna bagi mereka kelak terjun ke dalam kehidupan nyata mahasiswa. Materi yang ada dalam buku ini sebagian besar disusun berdasarkan rangkuman dari berbagai literature dan pengayaan pemikiran dari rekan-rekan dosen pengasuh mata kuliah Pengantar. Semoga buku ini dapat membantu mahasiswa dalam mengikluti perkuliahan, tetapi lebih dari itu juga dimaksudkan sebagai upaya perbaikan mutu yang terus menerus.

Sangat saya sadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan masukan yang konstruktif untuk perbaikan modul ini dari pembaca sangat kami harapkan.

Akhirnya diucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penyusunan buku ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberi jalan untuk kita selalu memperbaiki diri.

Jambi, Oktober 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I. KONSEP DASAR DAN RUANG LINGKUP BISNIS	
1.1. Pengantar	1
1.2. Pentingnya Belajar Bisnis.....	3
1.3. Peran dan Fungsi Sumber Daya Manusia Dalam Bisnis	6
1.4. Tujuan Bisnis.....	12
1,5, Lingkungan Bisnis.....	14
BAB II. SISTEM EKONOMI	
2.1. Pengertian Sistem Ekonomi	22
2.2. Macam-macam Sistem Ekonomi.....	24
2.3. Sistem Perekonomian Di Indonesia.....	31
BAB III. KEWIRAUSAHAAN	
3.1. Pengertian Kewirausahaan	44
3.2. Ciri dan Karakteristik Wirausaha	47
3.3. Keberhasilan Dan Kegagalan Berwirausaha	54
3.4. Tips Menggali Potensi Diri	56
3.5. Kiat Menjadi Sukses.....	57
3.6. Peran Wirausahaan Dalam Perekonomian Nasional	59
BAB IV. USAHA KECIL DAN PENGEMBANGANNYA	
4.1. Pengertian Usaha Kecil	62
4.2. Kriteria Usaha Kecil	64
4.3. Keunggulan dan Kelemahan Usaha Kecil.....	67
4.4. Permasalahan Dan Upaya Pengembangn Usaha Kecil	71
BAB V. BENTUK-BENTUK ORGANISASI BISNI	
5.1. Pengertian dan Syarat Perusahaan.....	80
5.2. Bentuk-Bentuk Perusahaan (Badan Usaha)	84

BAB VI. MENGORGANISIR DAN MENGELOLA BISNIS	
6.1. Langkah-langkah Dalam Mengorganisasi	111
6.2. Menyusun Struktur Organisasi	113
BAB VII. PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA	
7.1. Pengetahuan Manajemen Sumber Daya Manusia.....	123
7.2. Aktivitas Manajemen Sumber Daya Manusia.....	124
7.3. Pengelolaan Sumber Daya Manusia.....	133
BAB VIII. PENGELOLAAN PEMASARAN	
8.1. Pengertian Pemasaran.....	149
8.2. Manajemen Pemasaran	151
8.3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	156
8.4. Objek dan subjek pemasaran	157
8.5. Konsep Inti dalam Pemasaran	162
8.6. Realitas Pemasaran Baru	165
8.7. Tantangan Pemasaran	169
8.8. Tugas Manajemen Pemasaran	172
BAB IX. PENGELOLAAN PRODUKSI	
9.1. Pengertian Produksi dan Operasi.....	179
9.2. Ruang Lingkup Manajemen Produksi dan Operasi.....	182
9.3. Penentuan Lokasi Pabrik	200
9.4. Pengendalian Persediaan dan Pengawasan.....	201
BAB X. PENGELOLAAN KEUANGAN	
10.1. Pengertian Manajemen Keuangan	203
10.2. Fungsi dan Tujuan Manajemen Keuangan	205
10.3. Sumber dan Penggunaan Dana	209
BAB XI. ETIKA BISNIS	
11.1. Pengertian Etika Bisnis.....	212
11.2. Prinsip dan Tujuan Etika Bisnis	217
11.3. Fungsi Etika Bisnis Terhadap Perusahaan	220

11.4. Aspek Perubahan Sosial	222
11.5. Pengaruh Kegiatan Bisnis dengan Perubahan Sosial	223
BAB XII. BISNIS ON-LINE	
12.1. Pendahuluan	228
12.2. Perkembangan Pelayanan Internet	229
12.3. Model Bisnis Internet	232
12.4. Desain dan Pengiriman Jasa Elektronik	235
12.5. Kelebihan dan Kelemahan Bisnis Online.....	237
12.6. Contoh Bisnis Online	237

KONSEP DASAR DAN RUANG LINGKUP BISNIS

1.1. Pengertian Bisnis

Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.

Dalam ekonomi kapitalis, dimana kebanyakan bisnis dimiliki oleh pihak swasta, bisnis dibentuk untuk mendapatkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya. Pemilik dan operator dari sebuah bisnis mendapatkan imbalan sesuai dengan waktu, usaha, atau kapital yang mereka berikan. Namun tidak semua bisnis mengejar keuntungan seperti ini, misalnya bisnis koperasi yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan semua anggotanya atau institusi pemerintah yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Model bisnis seperti ini kontras dengan sistem sosialis, dimana bisnis besar kebanyakan dimiliki oleh pemerintah, masyarakat umum, atau serikat pekerjaan.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “bisnis” sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skupnya — penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya “bisnis pertelevisian.” Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa. Meskipun demikian,

SISTEM EKONOMI

1.1. Pengertian Sistem Ekonomi

Sistem ekonomi adalah *cara pengaturan kegiatan ekonomi dalam suatu negara*. Berdasarkan kepada sistem ekonomi yang pernah digunakan diberbagai negara. Istilah “sistem” berasal dari perkataan “*systema*” (bahasa Yunani), yang dapat diartikan sebagai: keseluruhan yang terdiri dari macam-macam bagian. Pada dasarnya sebuah sistem adalah suatu organisasi besar yang menjalin berbagai subjek (atau objek) serta perangkat kelembagaan dalam suatu tatanan tertentu (Dumairy, 1996). Suatu sistem muncul karena adanya usaha manusia untuk memenuhi kebutuhan- kebutuhannya. Pemenuhan kebutuhan manusia yang sangat bervariasi akan memunculkan sistem yang berbeda-beda. Kebutuhan manusia yang bersifat dasar (pangan, pakaian, papan) akan memunculkan suatu system ekonomi.

Berikut adalah pengertian Sistem Ekonomi menurut para ahli antara lain :

1. Menurut Gilarso (1992), pengertian sistem ekonomi adalah keseluruhan tata cara untuk mengoordinasikan perilaku masyarakat (para produse, konsumen, pemerintah, bank, dan sebagainya) dalam menjalankan kegiatan ekonomi (produksi, distribusi, konsumsi, investasi, dan sebagainya) sehingga terbentuk satu kesatuan yang teratur dan dinamis, dan kekacauan dapat dihindari.
2. Menurut Dumairy (1996), Sistem ekonomi adalah suatu sistem yang mengatur serta menjalin hubungan ekonomi antar manusia dengan seperangkat kelembagaan dalam suatu tatanan kehidupan. Selanjutnya dikatakannya pula bahwa suatu sistem ekonomi tidaklah harus berdiri sendiri, tetapi berkaitan dengan falsafah, padangan dan

KEWIRAUSAHAAN

1.1. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) atau wirausaha adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian. Kewirausahaan memiliki arti yang berbeda-beda antar para ahli atau sumber acuan karna berbeda-beda titik berat dan penekanannya.

Kewirausahaan adalah suatu proses mengerjakan sesuatu yang baru (kreatif) dan sesuatu yang berbeda (inovatif) dengan maksud menciptakan kekayaan bagi individu tersebut dan meningkatkan nilai tambah bagi masyarakat dalam kondisi yang mengandung risiko dan ketidakpastian.

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) muncul apabila seseorang individu berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi, aktivitas dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi usaha. Esensi dari kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengkombinasian sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda agar dapat bersaing.

Menjadi seorang wirausaha, bisa dikatakan gampang-gampang susah, tetapi niat dan keinginan anda menjadi wirausaha haruslah diasah guna menghadapi tantangan masa depan yang semakin kompetitif. Akan tetapi adalah suatu kenyataan bahwa aktivitas berwirausaha merupakan bidang kehidupan yang kurang berkembang secara memuaskan di kalangan masyarakat pribumi Indonesia. Banyak faktor psikologis yang membentuk sikap negatif masyarakat terhadap profesi wirausaha. Image lama yang

USAHA KECIL DAN PENGEMBANGANNYA

Usaha kecil dalam perekonomian suatu negara memegang peranan penting. Di Indonesia peran usaha kecil sangat penting terutama jika dikaitkan dgn jml tenaga kerja yang terserap. Usaha kecil mrpk bagian terbesar dari pelaku bisnis di Indonesia dan perlu terus dilakukan upaya pemberdayaan, baik kualitas/kuantitasnya.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa waktu yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis, kiranya tidak berlebihan apabila pengembangan sektor swasta difokuskan pada UKM, terlebih lagi unit usaha ini seringkali terabaikan hanya karena hasil produksinya dalam skala kecil dan belum mampu bersaing dengan unit usaha lainnya

Pengembangan UKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UKM. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UKM disamping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusiannya.

BENTUK-BENTUK ORGANISASI BISNIS

1.1. Pengertian dan Syarat Perusahaan

Pemilihan bentuk perusahaan harus ditetapkan pada saat perusahaan akan didirikan atau akan mulai melaksanakan operasinya. Dalam hal ini terdapat beberapa pertimbangan apabila kita akan memilih bentuk perusahaan, antara lain:

1. Jenis usaha yang akan dilaksanakan (jasa, industri, perdagangan, dsb).
2. Jumlah modal untuk usaha dan kemungkinan untuk menambah modal itu.
3. Rencana pembagian laba.
4. Penentuan tanggung jawab perusahaan.
5. Penanggungungan resiko yang akan dihadapi.
6. Prinsip-prinsip pengawasan yang akan digunakan.
7. Jangka waktu berdirinya perusahaan

Manusia sebagai makhluk sosial (*Zoon Politikon*) yang hidup bermasyarakat selalu melakukan interaksi memenuhi kepentingan baik secara perseorangan maupun kolektif (Suherman, 2002). Kepentingan dimaksud meliputi berbagai bidang, termasuk diantaranya dibidang ekonomi, khususnya bidang aktivitas dunia usaha/perusahaan.

Kegiatan ekonomi pada umumnya dilakukan oleh pelaku-pelaku ekonomi baik orang perorangan yang menjalankan perusahaan atau badan-badan usaha baik yang mempunyai kedudukan sebagai badan hukum atau bukan badan hukum (Hartono, 2000).

Kegiatan ekonomi pada hakekatnya adalah kegiatan menjalankan perusahaan, yaitu suatu kegiatan yang mengandung

MENGORGANISIR DAN MENGELOLA BISNIS

Keberhasilan suatu organisasi bisnis dalam menjalankan bisnisnya tidak terlepas dari bagaimana mereka mengelola atau mengatur segala aspek yang terdapat dalam bisnis tersebut. Struktur organisasi bisnis, penerapan bisnis organisasi serta bagaimana perilaku pembisnis dalam menjalankan bisnis mereka sangatlah menentukan jalannya bisnis yang mereka tempuh. Suatu struktur menurut bisnis modern harus menempatkan karyawan dari berbagai tingkat kemampuan guna mencapai efisiensi yang maksimal. Struktur organisasi merupakan suatu rangka kerjasama dari berbagai bagian menurut pola yang menghendaki adanya ketertiban, penyusunan yang logis dan hubungan yang serasi. Jika perusahaan atau organisasi bisnis mampu menerapkan dan mengkombinasikan seluruh aspek tersebut, maka bukanlah hal yang mustahil jika mereka akan berhasil. Masalah yang sering dihadapi oleh pengusaha bisnis pada masa globalisasi ini adalah kurangnya kemampuan mereka dalam mengorganisir perusahaan untuk go-global.

Struktur organisasi adalah gambaran struktur yang mengindikasikan agar dari tiap posisi kepemimpinan dan dihubungkan dengan garis yang menunjukkan kepada siapa bertanggung jawab, dan siapa yang memimpin perintah dalam departemen.

Didalam manajemen, persoalan menyusun struktur organisasi yang sesuai yang dapat mendorong kepada peningkatan efisiensi kegiatan usaha merupakan satu fungsi yang penting perlu dilaksanakan. Pendekatan-pendekatan tradisional dalam penataan pekerja perlu dipertanyakan dan di nilai kembali. Para manajer mencari desain-desain struktur organisasi yang paling mendukung, sehingga dapat mempermudah karyawan dalam

PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA

7.1. Pengertian Manajemen SDM

Di waktu yang lalu manajemen sumber daya manusia seringkali disebut dengan istilah manajemen personalia, namun istilah manajemen personalia ini mempunyai konotasi bahwa sifatnya mengerjakan hal-hal yang bersifat administratif saja. Sedangkan manajemen sumber daya manusia, ruang lingkupnya lebih luas dari pada hanya sekedar hal-hal yang bersifat administratif. (**Panji Anoraga**, 2004).

Manajemen sumber daya manusia, disingkat MSDM, adalah suatu ilmu atau cara bagaimana mengatur hubungan dan peranan sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki oleh individu secara efisien dan efektif serta dapat digunakan secara maksimal sehingga tercapai tujuan (*goal*) bersama perusahaan, karyawan dan masyarakat menjadi maksimal. MSDM didasari pada suatu konsep bahwa setiap karyawan adalah manusia - bukan mesin - dan bukan semata menjadi sumber daya bisnis. Kajian MSDM menggabungkan beberapa bidang ilmu seperti psikologi, sosiologi, dll.

Menurut Edwin B. Flippo (2011) menyatakan bahwa pengelolaan sumber daya manusia merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian dari pengadaan tenaga kerja, pengembangan, kompensasi, integrasi, pemeliharaan dan pemutusan hubungan kerja dengan maksud untuk mencapai tujuan atau sasaran perorangan, organisasi, dan masyarakat.

Manajemen sumber daya manusia juga menyangkut desain dan implementasi sistem perencanaan, penyusunan karyawan, pengembangan karyawan, pengelolaan karier, evaluasi kinerja, kompensasi karyawan dan

PENGELOLAAN PEMASARAN

1.1. Pengertian Pemasaran

Kebanyakan orang beranggapan bahwa pemasaran hanyalah menjual dan mengiklankan. Sesungguhnya penjualan dan iklan hanyalah puncak dari pemasaran. Saat ini pemasaran harus dipahami tidak dalam pemahaman kuno sebagai membuat penjualan, tetapi dalam pemahaman modern yaitu memuaskan kebutuhan pelanggan. Bila pemasar memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk dan jasa yang menyediakan nilai yang unggul bagi pelanggan, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan produk dan jasa itu secara efektif, maka produk dan jasa itu akan mudah untuk dijual. Penjualan dan iklan hanyalah bagian dari bauran pemasaran yang lebih besar seperangkat sarana pemasaran yang bekerjasama untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan menciptakan hubungan dengan pelanggan.

Disebagian besar masyarakat, pemasaran sering diartikan sebagai proses penjualan barang dan jasa, tetapi apabila dilihat lebih mendalam pengertian pemasaran mempunyai aspek yang lebih luas daripada pengertian tersebut. Didefinisikan secara luas, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Dalam konteks bisnis yang lebih sempit, pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Istilah pemasaran dalam bahasa Inggris dikenal dengan nama marketing. Kata marketing ini boleh dikatakan sudah diserap ke dalam bahasa kita (Indonesia).

PENGELOLAAN PRODUKSI

9.1 Pengertian Produksi dan Operasi

Istilah produk (*product*) dapat didefinisikan secara lebih luas menjadi, baik itu barang-barang berwujud maupun jasa, yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Perusahaan harus secara kontinu meningkatkan produk-produk yang sudah ada dan mengembangkan produk-produk baru untuk terus dari waktu ke waktu dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan cara ini, perusahaan dapat menghasilkan pertumbuhan penjualan yang tinggi yang kemudian juga meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri.

Kebanyakan produk yang dihasilkan untuk kebutuhan pelanggan dibagi menjadi:

1. Produksi Sehari-hari (*Convenience Products*)

Produksi sehari-hari adalah barang-barang yang tersedia secara luas bagi konsumen, sering dibeli, dan mudah didapat.

2. Produksi Perbelanjaan (*Shopping Products*)

Sebelum membeli barang-barang perbelanjaan, konsumen pada umumnya akan melihat-lihat terlebih dahulu serta membandingkan mutu dan harga dari produk-produk pesaing. Perabotan dan alat-alat rumah adalah contoh dari produk perbelanjaan.

3. Produksi Khusus (*Specialty Products*)

Produk khusus adalah produk-produk yang oleh konsumen-konsumen tertentu dianggap khusus (spesial) dan karenanya dibutuhkan usaha khusus untuk pembelinya.

PENGELOLAAN KEUANGAN

10.1. Pengertian Manajemen Keuangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pengelolaan artinya penggunaan sumber daya secara efektif dan efisien. Pengelolaan keuangan adalah sumber daya yang diterima yang akan dipergunakan untuk penyelenggaraan pendidikan. Pengelolaan keuangan dimaksudkan sebagai suatu pengelolaan terhadap fungsi-fungsi keuangan.

Manajemen keuangan adalah proses manajemen yang diterapkan pada fungsi-fungsi keuangan. Sedangkan fungsi merupakan kegiatan utama yang harus dilakukan oleh mereka yang bertanggung jawab dalam bidang tertentu. (Suad Husnan, 2015).

Menurut Riyanto (2013), arti manajemen keuangan adalah seluruh kegiatan yang berkaitan dengan usaha untuk mendapatkan dana dan menggunakan atau mengalokasikan dana tersebut. Pelaksana dari manajemen keuangan adalah manajer keuangan. Contohnya: perusahaan memerlukan berbagai kekayaan atau aktiva untuk operasinya. Untuk itu perusahaan perlu mencari dana untuk membiayai kebutuhan operasional tersebut.

Menurut Weston dan Copeland (2010), definisi Manajemen Keuangan adalah salah satu bidang *manajemen fungsional* dalam suatu perusahaan, yang mempelajari tentang penggunaan dana, cara memperoleh dana dan cara pembagian hasil operasi perusahaan. Manajemen keuangan dapat didefinisikan dari tugas dan tanggung jawab *manajer keuangan*. Meskipun tugas dan tanggung jawabnya berlainan di setiap perusahaan, tugas pokok *manajer keuangan* antara lain meliputi : keputusan tentang investasi, pembiayaan kegiatan usaha dan pembagian dividen suatu

ETIKA BISNIS

11.1. Pengertian Etika Bisnis

Dalam dekade terakhir ini diributkan adanya pergeseran dalam etika bisnis, yang dikatakan makin merosot. Merosotnya rasa solidaritas, tanggung jawab sosial dan tingkat kejujuran di kalangan kelompok bisnis, merupakan gejala yang makin parah. Permainan cek kosong, utang tidak di bayar, merupakan gejala umum, dan meruntuhkan teori-teori tentang solidaritas, baik solidaritas financial, komersial, dan moral.

Dalam dunia bisnis semua orang tidak mengharapkan memperoleh perlakuan tidak jujur dari sesamanya. Praktek manipulasi tidak akan terjadi jika dilandasi dengan moral tinggi. Moral dan tingkat kejujuran rendah akan menghancurkan tata nilai etika bisnis itu sendiri. Masalahnya ialah tidak ada hukuman yang tegas terhadap pelanggaran etika tersebut, karena nilai etika hanya ada dalam hati nurani seseorang. Etika mempunyai kendali intern dalam hati, berbeda dengan aturan hukum yang mempunyai unsur pelaksanaan ekstern. Akan tetapi bagi orang –orang yang berkecimpung dalam bidang bisnis yang dilandasi oleh rasa keagamaan mendalam akan mengetahui bahwa perilaku jujur akan memberikan kepuasan tersendiri dalam kehidupannya baik dalam dunia nyata sekarang ini apalagi dalam kehidupan nanti di akhirat. Hendaknya kehidupan dunia terutama dalam bisnis, tidak terlepas dari kehidupan di hari kemudian itu. Kelompok konglomerat yang sudah berhasil banyak menyatakan bahwa modal dasar dari perkembangan usahanya dimulai dari kejujuran .

Etika Bisnis (*Business Ethics*) merupakan sesuatu yang makin lama akan makin penting peranannya didalam masyarakat kita oleh karena proses

BISNIS ON-LINE

12.1. Pendahuluan

Perkembangan dunia informasi dalam bidang *e-commerce* tidak dapat bertahan dalam menit atau jam, sehingga informasi yang diberikan hari ini akan menjadi basi sebelum berakhirnya kalimat yang akan diselesaikan. Suatu kegiatan penjualan barang secara besar-besaran pada perusahaan multinasional dapat diselesaikan melalui internet, yang menyediakan tempat (ruang) untuk menawarkan lebih dari 3,5 juta jenis barang, seperti mainan anak, perangkat lunak, perangkat keras, komputer, alat olahraga, dan segala kebutuhan masyarakat.

Melalui *website*, masalah perdagangan yang kompleks dapat diatasi dengan menggunakan alat teknologi informasi internet. Dengan menggunakan internet, segala jenis barang yang akan dijual, daftar harga, cara pembayaran, dan lain-lain dapat diakses oleh pembeli dari seluruh dunia dalam waktu yang sangat singkat.

Suatu hal yang biasa saat ini apabila seseorang menjual atau membeli barang tanpa hadir dalam suatu tempat atau pertemuan tertentu, melainkan melakukan tawar-menawar melalui internet, dan seluruh kemudahan tersebut hanya dimungkinkan karena semakin canggihnya pelayanan di bidang internet.

Melalui *eBay.com* dapat dilaksanakan tawar-menawar berbagai jenis barang yang berasal dari berbagai negara, dengan bermacam-macam penawaran harga. Lebih dari 4 juta jenis barang dari berbagai produsen di seluruh dunia ditawarkan melalui *eBay.com* dengan hanya membayar komisi 5% dari harga jual sampai dengan \$ 25 dan 2,5 % dari harga di atas \$ 25.

DAFTAR PUSTAKA

- Asrul Sani, 1995, Litigasi Dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas, Makalah pada Konferensi Perkembangan Akhir Undang-Undang Perseroan Terbatas, Jakarta, 27 – 28 September 1995.
- Aminuddin, 2000, Kerangka Dasar dan Arah Privatisasi BUMN, Artikel pada Majalah Yuridika, vol. 15 No. 6, September 2000.
- Achmad Yani & Gunawan Widjaja, 2000, Perseroan Terbatas, PT. RajaGrafindo Pesada, Jakarta.
- Ali Rido, 1986, Badan Hukum dan Kedudukan Badan Hukum Bagi Perseroan, Perkumpulan, Koperasi, Yayasan, Wakaf, Alumni, Bandung.
- Achmad Ichsan, 1986, Dunia Usaha Indonesia, Pradnya Paramita, Jakarta.
- Abdulkadir Muhammad, 1991, Hukum Perusahaan, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung
- Ade Maman Suherman, 2002, Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global, Ghalia Indonesia, Jakarta,
- Amir, M. Taufiq. 2004. Manajemen Ritel: Panduan Lengkap Pengelolaan Toko Modern. Jakarta: Penerbit PM.
- Anoraga, Pandji. 2002. Koperasi, Kewirausahaan Dan Usaha Kecil, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Anonim. 1995. Undang-Undang nonor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil. : [http://kukm.mweb.co.id/peraturan/uu – 9 - 1995.htm](http://kukm.mweb.co.id/peraturan/uu-9-1995.htm)
- Anonim. 1998. Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 tentang Usaha Kecil dan Menengah.
- Amirullah, dan Imam Hardjanto, 2005. Pengantar Bisnis, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Anoraga, Pandji. 2004. Manajemen Bisnis. Cetakan Ketiga. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Afuah, Allan. 2004. Business Model: A strategic Management Approach. McGraw -Hill: New York.
- Adam, T.R., Fernando, C.S., dan Golubeva. E., 2015, Managerial Overconfidence And Corporate Risk Management, Journal of Banking & Finance, Vol. 60, Page 95–208.
- Bambang Riyanto. 2013. Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan. Edisi Keempat. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Barnard, I. Chester. (2006). Organisasi dan manajemen. Gramedia. Jakarta
- Bernardin, H. John and Russel. 2010. Human Resource Management. New York: McGraw-Hill.
- Butterworths, 1984, The Sociology of Law an Introduction, Roger Cotterrell LLM, MSC (SOC), Queen Mary College, University of London.
- Chatamarrasjid Ais, 2004, Penerobosan Cadar Perseroan dan Soal-Soal Aktual Hukum Perusahaan, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- CST. Kansil, 1985, Hukum Perusahaan Indonesia, PT. Pradnya Paramita, Jakarta.
- CST. Kansil, 1979, Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia, Aksara Baru, Jakarta 76.

- Chidir Ali, 1982, *Yurisprudensi Hukum Dagang*, Alumni, Bandung.
- Cornelis Rintuh. (1995). *Perekonomian Indonesia*. Yogyakarta: Liberty.
- Castetter. 2006. *Pelayanan Kualitas Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Alih Bahasa : Iskandar). Jakarta : Gunung Agung.
- Chwee Huat T, (1990). *Pengantar Bisnis*. <http://definisipengertian.blogspot.com/2010/10/pengertian-bisnis.html>. diakses tanggal 01 Februari 2013
- Dochak Latief. (1984). *Perbandingan sistem skonomi: islam, liberalisme, sosialisme*. Yogyakarta: Yayasan penerbitan FKIS IKIP
- Drucker, P.F. 1994. *Innovation and Entrepreneurship: Practices and Principles*. Penerjemah Rusdi Naib. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Didit Agus Irwantoko (2012). www.belanja-online.co.id dikutip dari Apriyanti “Pengaruh Strategi Promotion Mix Dalam Meningkatkan Penjualan Pakaian Secara Online Di Kalangan Remaja Kota Madiun”. *Jurnal Ekomaks* Vol. 3 No. 2 September 2014.
- Edwin B. Flippo, 2011, *Manajemen Personalia*. PT. GLora Aksra Pratama. Jakarata.
- Fitzsimmons, James A and Mona J. Fitzsimmons. (2011). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology* 7th edition. The McGrawHill Internation Edition.
- Griffin, Ricky W. dan Ronald J. Ebert, 1996. *Business*, Prentice Hall International Edition, United State of America.
- Griffin, Ricky W. & Ronald J. Ebert. (2006). *Busine ss*, 8th Edition.. Pearson International Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Gilarso, T. 1992. *Pengantar Ilmu Ekonomi Bagian Makro*. Kanisius. Yogyakarta
- Dumairy. (1996). *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Dun Steinhoff, John F. Burgess. (1993). *Small Business Management Fundamentals* 6th ed . New York: Mcgraw Hill, Inc.
- Gregory Grossman. (1995). *Sistem-sistem ekonomi*. Cetakan ketiga. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hanneman. 1989. *Bakery Flour Confectionary*. Oxford: Heitienann Professional Publish Ltd.
- Hani, T. Handoko. 2014. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFY-Yogyakarta. Yogyakarta
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti, (2015), *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Ketujuh. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Harjito A dan Martono. 2012. *Manajemen Keuangan*. Edisi ke-2. Ekonisia, Yogyakarta
- Himawan Estu Bagijo, 2000 *Posisi Hukum BUMN Persero Pasca Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999*, Artikel pada *Majalah Yuridika* Vol. 15 No.5 September-Oktober 2000.
- H. Rochmat Soemitro, 1983, *Penuntun Perseroan Terbatas dengan Undang-Undang Pajak Perseroan*, PT. Eresco, Jakarta.
- H. Rochmat Soemitro, 1993, *Hukum Perseroan Terbatas, Yayasan dan Wakaf*, PT. Eresco, Bandung,
- Hubeis, Musa, 2009, *Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis* . Bogor : Ghalia Indonesia

- Hayek F.A. & Richard, Cantillon. (1991). Introduction to Richard Cantillon Essai sur la Nature du Commerce en General/ Introduction to Richard Cantillon Essay on the Nature of Commerce in General. Chicago: University of Chicago Press.
- H.E. Algra et.al., 1983, Kamus Istilah Hukum Fochema Andreal Belanda-Indonesia, Bina Cipta, Bandung.
- Irma Devita Purnamasari, 2010, Kiat-Kiat Cerdas, Mudah, dan Bijak Mendirikan Badan Usaha, PT. Mizan Pustaka, Bandung.
- I.G. Rai Widjaja, 1994, Pedoman Dasar Perseroan Terbatas (PT), PT. Pradnya Paramita, Jakarta.
- I.G. Rai Widjaya, 2003, Hukum Perusahaan Perseroan Terbatas, Megapoin, Jakarta.
- Iting Partadireja, 1978, Pengetahuan & Hukum Dagang, Erlangga, Surabaya.
- Justin G. Longenecker, & dkk. 2001. Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil Buku I. Jakarta: Salemba Empat.
- Joseph A. Schumpeter (terj.), Capitalism Socialisme & Democracy, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2012.
- John A. Shubin, 1968, Business Management, Barnes and Woble, Inc, New York.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Usaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995
- Keputusan Menteri Keuangan RI No. 16/KMK.016/1994 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- Leibenstein, Harvey: "Entrepreneurship and Development," American Economic Review 58 ,2,1968:72 -83.
- L.J. Van Apeldoorn, 1993, Terjemahan Octarid Sadino, Pengantar Ilmu Hukum, Pradnya Paramita, Jakarta, hal.
- Mowen dan Hansen. 2013. Akuntansi Manajerial. Salemba Empat. Jakarta
- Manulang, M. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Mulyadi,S.2003.Ekonomi Sumber Daya Manusia dalam Perpektif Pembangunan . Jakarta:PT Raja Grafindo Persada
- Madura, Jeff. 2007. Pengantar Bisnis. Edisi Empat, Terjemahan. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Mooney,D, James. 1996. Konsep Pengembangan Organisasi Publik. Bandung: Sinar Baru Algesindo
- Meredith, Geoffrey G. et. al. (1996) Kewirausahaan: Teori dan Praktik. Seri Manajemen No. 17. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo
- Mubyarto. 1987. Ekonomi Pancasila: Gagasan dan kemungkinan. Jakarta: LP3ES
- Megginson, W.L., M.J. Byrd, and L.C. Megginson. 2000. Small Business Management: An Entrepreneur's Guidebook. Third Ed. Irwin McGraw-Hill. Boston
- McClelland, Winter. (1971). Motivating Economic Achievement. New York : Macmillan Company.
- Melvin Aron Eisenberg, 1994, Corporations And Business Associations, uniform Partnership Act (UPA), America.
- Naaisbitt dan Aburdene. 1999. Mega Trens 2000. Bina Rupa Aksara. Jakarta.

- Normin S. Pakpahan, 1995, Hukum Perusahaan Indonesia, Yayasan Pengembangan Hukum Ekonomi, Jakarta.
- Prawirokusumo, Soeharto, (2010), Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Yogyakarta, BPFE.
- Payaman J. Simanjuntak . 1985. Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia. Penerbit FEUI (Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia), Jakarta.
- Penrose, E. T. 1960. The Growth of the Firm, A Case Study: The Hercules Powder Company, Bus. Hist. Rev . 34 1-23
- Prawirakusumo, Soeharto. 1997. “Peranan Perguruan Tinggi dalam Menciptakan Wirausahawan-wirausahawan Tangguh”. Makalah Seminar. Jatinangor: PIBI-IKOPIN dan FNS
- Pratomo dan Soedjoedono.2002 . Ekonomi Skala Kecil/ Menengah dan Koperasi. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Purwosutjipto, HMN, 1991, Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia 1 Pengetahuan Dasar Hukum Dagang, Djambatan, Jakarta
- Rudhi Prasetya, 2004, Maatschap, Firma, dan Persekutuan Komanditer, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- R. Susanto, 1982, Hukum Dagang dan Koperasi di Indonesia, Pradnya Paramita, Jakarta.
- Sukanti, Umi, N. (2009). Manajemen Personal/Sumber Daya Manusia. Jakarta: Depdikbud.
- S. Schuler, Randall. dan Susan E. Jackson, (1997). Manajemen Sumber Daya Manusia, (Menghadapi Abad Ke-21), Jakarta:PT. Gelora Aksara Pratama.
- Siagian, Sondang P. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Stanton, William J, (2000), Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.
- Schoell.(1993). Sales Promotion Management . Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Subyakto, S. dan S. Cahyaningsih. 2003. Pembenihan Kerapu Skala rumah Tangga. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Suroso. (1994). Perekonomian Indonesia. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sri Edi Swasono. (1985). Sistem ekonomi dan demokrasi ekonomi. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press).
- Suyanto dan Djihad Hisyam. 2000. Refleksi dan Reformasi Pendidikan Indonesia Memasuki Millenium III. Yogyakarta: Adi Cita.
- Suryana, 2003. Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Sri Redjeki Hartono, 2000, Kapita Selekta Hukum Ekonomi, Mandar Maju, Bandung.
- Stoner, James A.F. (2006). Management. Englewood Cliffs N.J. Printice Hall. Inc.
- Sudargo Gautama et.al., 1991, Ikhtisar Hukum Perseroan Berbagai Negara yang Penting Bagi Indonesia, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Siagian, Salim dan Asfahani, 1995. Kewirausahaan Indonesia dengan Semangat 17.08.45. Kloang Klade Jaya PT. Putri Timur Bekerjasama Dengan Puslatkop dan PK Depkop dan PKK. Jakarta.

- Schumpeter, Joseph A. 1942. *Capitalism, Socialism, and Democracy*. 3d ed. New York: Harper and Brothers.
- Sartono A. (2014). *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. Yogyakarta:BPFE
- Tukirin Sy. Sastroresono, 1987, *Materi Pokok Hukum Dagang dan Hukum Perdata*, Karunika, Jakarta.
- Sentosa Sembiring, 2001, *Hukum Dagang*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Wayne F. Cascio dan Elias M. Awad. (2001). *Human Resources Management*, 1981. Terjemahan Soeprihanto. Jakarta: Salemba empat.
- Weston, J. Feed dan Thomas E. Copeland. 2010. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Yuyun Wirasasmita (1994). *Kewirausahaan : Buku Pegangan Jatinangor : UPT-Penerbitan IKOPIN*.
- Zimmerer, T.W., N.M. Scarborough. 1996. *Entrepreneurship and The New VentureFormation*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc
- Zimmerer W. Thomas Et al. 1996. *Entrepreneurship and The New Venture Formation* . New Jersey : Prentice Hall.
- Zimmerer, Thomas W, Scarborough, Norman M dan Doug Wilson. 2009. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* . Salemba Empat. Jakarta
- Zaeni Asyhadie, 2005, *Hukum Bisnis, Perinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*,Edisi Revisi, Rajawali Pers.