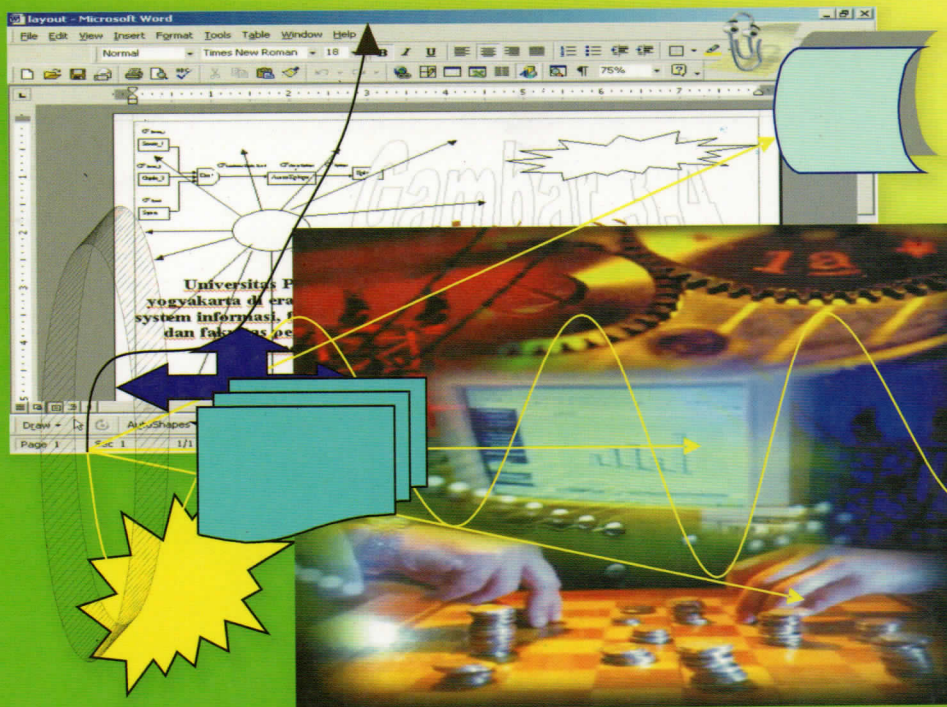


Jurnal Sains dan Teknologi

Sinergi



Pusat Penelitian
Universitas PGRI Yogyakarta

Jurnal Sains dan Teknologi
Sinergi

Vol.
4

No.
1

Hal.
1 - 88

Yogyakarta
April 2006

ISSN
1693-2706

Abstrak	
Pengantar Redaksi	hal.
Perencanaan Bisnis pada Era Globalisasi <i>Endang Tri Widayanti</i>	1 - 9
Pengaruh Pemilihan Metode Akuntansi untuk Merjer dan Akuisisi terhadap Volume Perdagangan Saham pada Industri Manufaktur di Bursa Efek Jakarta <i>Hari Purnama</i>	10 - 23
Sikap Pasien terhadap Rumah Sakit Umum Pusat Dr. Soeradji Tirtonegoro Klaten <i>Lilik Siswanta</i>	24 - 34
Model Keputusan Penentuan Lokasi Usaha <i>P. Eko Prasetyo</i>	35 - 49
Kebijakan Saluran Distribusi Produk <i>St. Sudomo</i>	50 - 59
Manajemen Kredit Syariah Bank Muamalat <i>Susiyanto</i>	60 - 71
Pengaruh Norma Internal dan Norma Sosial pada Distorsi Anggaran <i>Tri Sivi Nugrabeni</i>	72 - 88

PERENCANAAN BISNIS PADA ERA GLOBALISASI

Endang Tri Widyumi*

Abstrak

Era Globalisasi yang ditandai oleh pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terutama teknologi komunikasi dan informasi menimbulkan perubahan yang signifikan terhadap dunia usaha. Persaingan bisnis menjadi lebih ketat dan mengarah pada bisnis global yang sangat berpengaruh terhadap bisnis lokal dan nasional. Isu-isu sosial politik global berpengaruh terhadap kegiatan bisnis secara operasional. Dalam kondisi demikian, para pelaku bisnis dituntut untuk mengantisipasi secara tepat dalam rangka mempertahankan usaha bisnisnya dengan cara menganalisis pasar agar dapat mengenali peluang yang ada dan membuat perencanaan bisnis yang akurat. Perencanaan bisnis dalam era globalisasi yang meliputi (a) teknik perencanaan bisnis, (b) perencanaan besarnya skala bisnis, (c) pertimbangan dalam membuat perencanaan lokasi bisnis, dan (d) aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam perencanaan bisnis.

Kata kunci: *perencanaan bisnis, era globalisasi*

Pendahuluan

Memasuki abad XXI, dunia usaha menghadapi berbagai macam tantangan karena terjadi perubahan-perubahan yang sangat pesat sebagai akibat dari era globalisasi yang ditandai dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi. Berbagai tantangan tersebut mengakibatkan: (1) persaingan bisnis menjadi tambah berat dan tajam dengan mengarah pada bisnis global, karena isu-isu bisnis internasional maka besar pengaruhnya terhadap bisnis lokal dan nasional, (2) bisnis lokal dan nasional makin kuat keterikatannya pada tuntutan pemberian manfaat yang besar baik secara internal kepada perusahaan maupun secara eksternal kepada masyarakat, bangsa dan negara (*stakeholders*). Sementara itu bisnis global makin berkembang ke arah memperlonggar pada keterikatan tersebut terutama dalam bentuk perdagangan bebas, (3) makin berkembangnya isu-isu sosial dan politik global yang berpengaruh pada kegiatan bisnis secara operasional.

Pada era globalisasi, pelaku bisnis harus memacu usahanya secara efektif dan efisien. Agar tujuan tersebut tercapai, sangat diperlukan strategi untuk mencapai keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing ini penting untuk diketahui dalam perencanaan bisnis karena tidak lepas dari prinsip-prinsip ekonomi, yaitu bagaimana kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan lancar dengan meminimalkan seluruh biaya yang ditimbulkan dan memaksimalkan keuntungan. Di samping itu juga perlu dilakukan berbagai upaya

*Dosen Prodi Manajemen, Fak. Ekonomi, Uni v PGRI Yogyakarta

penyelarasan dengan prinsip-prinsip pemasaran modern yaitu kepuasan konsumen atau menyediakan barang dan jasa yang sesuai keinginan konsumen, kualitas yang diinginkan konsumen, harga yang kompetitif, layanan yang tepat waktu, serta memelihara kesetiaan pelanggan. Dalam perekonomian global, perdagangan bebas sebagai konsekuensinya, jika perusahaan menutup pasarnya dari persaingan asing, maka penduduknya akan membayar lebih mahal untuk barang domestik yang kurang berkualitas karena keterbatasan alternatif.

Kemajuan teknologi yang pesat mengakibatkan pelaku bisnis juga harus kreatif dan proaktif, karena apa yang dikatakan sebagai penemuan baru dalam dua atau tiga tahun yang lalu, sekarang mungkin dianggap ketinggalan zaman, kemajuan-kemajuan ini memaksa perusahaan untuk semakin mengerti bahwa hakikat pasar tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu. Globalisasi dan teknologi telah mendorong seleksi alamiah yang mengarah pada "yang terkuat yang bertahan". Keberhasilan pasar akan didapat oleh perusahaan yang mampu menyesuaikan diri dengan persyaratan lingkungan masyarakat saat ini, yaitu mereka yang mampu memberikan apa yang siap dibeli orang, perusahaan harus menemukan cara menghasilkan nilai yang dapat dipasarkan yaitu barang dan jasa yang menarik minat pembeli.

Sebagai dampak globalisasi dan perubahan teknologi, situasi pasar saat ini didorong ke arah keadaan yang berbeda jauh dibandingkan situasi pasar sebelumnya. Perubahan-perubahan tersebut tampak pada berbagai fenomena, antara lain : (a) kekuasaan saat ini sudah beralih ke tangan konsumen (tidak lagi pada produsen), (b) skala produksi yang besar tidak lagi merupakan keharusan, (c) batasan-batasan negara dan wilayah tidak lagi menjadi kendala, (d) teknologi dengan cepat dapat dikuasai dan ditiru, (e) setiap saat akan muncul pesaing-pesaing dengan biaya yang lebih murah, (f) meningkatnya kepekaan konsumen terhadap harga dan nilai (Fuad dkk, 2003).

Situasi dan kondisi demikian memotivasi pelaku bisnis agar senantiasa mampu mengantisipasi pasar secara berkesinambungan. Untuk itulah agar dapat bertahan, mereka perlu menganalisa pasar, mengenali peluang dan perencanaan bisnis yang baik. Perusahaan harus mampu memberikan apa yang diharapkan pelanggan dan menepati janji-janjinya secara konsisten. Dengan demikian, perencanaan bisnis yang benar-benar matang sangat diperlukan, sehingga bisnis dapat tumbuh berkembang dan mampu menghasilkan laba sebagaimana diharapkan. Perencanaan bisnis yang baik juga harus dapat secara jelas menggambarkan karakteristik bisnis yang sedang atau akan dilaksanakan sehingga pihak-pihak yang tertarik dapat melihat secara transparan dan mengerti dengan jelas prospek perkembangannya di masa yang akan datang.

Sesuai dengan judul yang diajukan, maka permasalahan yang menarik untuk dikaji adalah (1) bagaimanakah teknik merencanakan bisnis? (2) bagaimanakah merencanakan besarnya skala bisnis? (3) pertimbangan apa sajakah yang diperlukan dalam merencanakan lokasi bisnis? (4) aspek-aspek apa sajakah yang perlu diperhatikan dalam perencanaan bisnis?

Pembahasan

1. Teknik Merencanakan Bisnis

Menurut Prawiro Sentono (2002) dalam merencanakan usaha bisnis yang potensial harus mempertimbangkan hal-hal berikut : (a) pilihlah suatu usaha yang sekiranya sesuai dengan minat, bakat, dan ketrampilan serta teknologi yang dimiliki, (b) pilihlah suatu usaha bisnis yang secara potensial akan mempunyai calon pembeli yang besar jumlahnya, (c) pilihlah usaha bisnis yang sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku di tempat tersebut, (d) tentukan skala usaha yang sesuai dengan kondisi keuangan secara ekonomis, dalam arti modal yang dimiliki, baik modal sendiri maupun modal pinjaman.

Dengan mengacu pada berbagai hal yang harus dipertimbangkan di atas, maka dalam merencanakan suatu usaha bisnis yang akan dijalani harus sesuai dengan minat, bakat, kemampuan teknologi dan ketrampilan yang dikuasai. Bila seorang calon wirausahawan memilih usaha yang tidak sesuai dengan minat dan bakatnya, tidak sesuai dengan ketrampilan dan teknologi yang dikuasainya, dikhawatirkan usaha tersebut tidak kokoh. Padahal, seseorang yang sekali telah memilih suatu usaha, diharapkan usaha tersebut akan maju dan berkembang sesuai dengan harapannya. Oleh karena itu, kemampuan teknologi yang dimiliki harus sesuai dengan pilihan usaha bisnis, agar bisnis tersebut mempunyai fondasi yang kuat. Memang teknologi dapat dibeli, ketrampilan bisa disewa, tetapi minimal seorang calon wirausahawan harus mengetahui seluk beluk bisnis yang akan diterjuni. Di bawah ini diberikan beberapa contoh tentang cara merencanakan suatu bisnis yang sesuai dengan minat dan ketrampilan, antara lain:

1. Bila ketrampilan dan teknologi yang dikuasai bidang otomotif maka yang bersangkutan berpeluang untuk mendirikan bengkel mobil, karoseri kendaraan bermotor, dan sebagainya.
2. Bila keterampilan dan teknologi yang dikuasai di bidang elektro, maka peluang usahanya reparasi radio, perakitan radio, TV, video dan sebagainya.
3. Bila keterampilan dan teknologi yang dikuasai tentang komputer, maka potensinya adalah mendirikan bisnis perakitan komputer, programmer, dan sebagainya.

Singkatnya penguasaan teknologi dan ketrampilan harus merupakan salah satu syarat dalam merencanakan usaha bisnis.

Apabila seseorang ingin merencanakan usaha industri, maka perlu memperhatikan penguasaan ketrampilan dan teknologi tersebut mutlak sesuai dengan bidang usahanya. Sehubungan dengan hal tersebut terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain: (a) bila ketrampilan, teknologi dan minat yang dikuasainya dalam kondisi setengah-setengah, dianjurkan untuk mempertinggi penguasaan teknologi dan ketrampilan melalui pendidikan/training, agar rencana usaha bisnis yang akan didirikan dapat lebih mantap. Jadi faktor utama yang sangat diperlukan dan diperhatikan dalam rangka usaha merencanakan bisnis adalah penguasaan ketrampilan dan teknologi secara penuh. Ini adalah syarat penting yang akan menjadi dasar dan fondasi kuat usaha bisnis yang direncanakan, (b) upayakan menjadi pionir atau yang pertama dalam merintis usaha bisnis, menghindari upaya meniru bisnis orang lain. Sejarah membuktikan bahwa para wiraswastawan yang pionir adalah mereka yang dapat mengantarkan usaha bisnisnya berkembang pesat. Dengan sendirinya orang-orang tersebut bukan saja memiliki ketrampilan dan teknologi, tetapi juga orang-orang yang kreatif dan inovatif, (c) tekad dan keinginan kuat untuk mendirikan bisnis, selain mampu melihat situasi dan kondisi serta keinginan untuk maju.

Upayakan dalam merencanakan usaha, disesuaikan dengan kemampuan dan kemauan yang kuat. Jadi secara umum dapat ditekankan bahwa dalam merencanakan suatu usaha harus didasarkan pada minat, bakat, ketrampilan atau keahlian yang tinggi dan semangat juang yang pantang mundur. Maksudnya agar segala usaha yang direncanakan nanti tidak menimbulkan kebosanan, sehingga usahanya dapat berlangsung dan berkelanjutan.

2. Merencanakan Besarnya Skala Bisnis

Bila telah dipilih jenis usaha dalam industri yang sesuai dengan teknologi dan ketrampilan yang dikuasai, hal lain yang perlu dipikirkan adalah merencanakan besarnya skala usaha yang akan didirikan. Seseorang yang akan mendirikan usaha menginginkan agar produk yang dihasilkan laku dijual, maka perlu melakukan studi kelayakan lebih dulu dengan memperhatikan besarnya pangsa pasar yang tersedia.

Menurut Prawirosentono (2002) secara umum, skala usaha bisnis dapat ditentukan dengan meneliti hal-hal sebagai berikut: (a) calon konsumen yang ingin

diraih, apakah meliputi kelas menengah ke bawah saja, atau seluruh konsumen, termasuk konsumen kelas atas, (b) berapa potensi jumlah konsumen kelas menengah dan kelas atas yang diharapkan, (c) apakah telah ada wirausahawan lain yang beroperasi di wilayah bersangkutan, (d) menghitung dan menaksir tentang kemungkinan peluang pasarnya dengan membandingkan antara jumlah permintaan saat ini dan yang akan datang dengan jumlah penawarannya, (e) bila masih ada peluang pasar, berapa skala usaha yang akan didirikan, besarnya skala usaha ditentukan sisa pangsa pasar yang ada.

Sebagai contoh jika usaha bisnis yang akan didirikan berupa swalayan "X" maka perlu diperhatikan jumlah rumah tangga di wilayah tersebut yang berpotensi belanja, misalnya sebesar 1.000 ibu rumah tangga. Dari 1.000 ibu rumah tangga tersebut diperkirakan yang pasti belanja di swalayan sebesar 600 ibu rumah tangga. Dari 600 ibu rumah tangga tersebut, ternyata secara bergantian belanja pada swalayan yang telah ada. Padahal swalayan yang telah ada tersebut mempunyai skala usaha sebesar 400 konsumen. Jadi, paling sedikit masih ada kira-kira 200 ibu rumah tangga yang potensial dapat berbelanja di swalayan "X" yang akan didirikan. Hal ini berarti swalayan "X" mempunyai peluang untuk didirikan, karena skala usaha swalayan yang ada masih lebih kecil dari jumlah konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah kekurangan penawaran atau kelebihan permintaan sebesar 200 konsumen.

Dari kajian tersebut menghasilkan kesimpulan sebagai berikut: (a) masih terdapat peluang untuk mendirikan swalayan di wilayah tersebut, (b) skala usaha swalayan "X" yang dapat didirikan adalah skala untuk menampung 200 konsumen, dengan istilah lain bahwa pangsa pasar swalayan di wilayah tersebut sebesar 200 konsumen, (c) Swalayan "X" di wilayah tersebut harus bersaing, (d) untuk memperkuat argumentasi, dapat pula dicari informasi ke Pemerintah Daerah tentang kemungkinan didirikannya pemukiman baru termasuk *real estate* di daerah sekitarnya, dengan tujuan untuk menghitung potensi permintaan di masa datang, sehingga lebih mantap mendirikan swalayan "X".

Dari keterangan diatas dapat dikatakan bahwa pangsa pasar sebesar 200 konsumen tersebut, dapat dilakukan hal-hal berikut: (a) barang apa saja yang akan dijual, serta berbagai pilihan barang yang harus disediakan meliputi variasi jenis, mutu, dan harga barang, karena harga barang yang bermutu, lebih mahal bila dibandingkan dengan barang yang mutunya rendah. Hal ini berakibat harga jual barang yang mahal mempunyai pengaruh pada kelas konsumen, (b) peralatan-peralatan yang diperlukan, yang berupa

fasilitas tempat barang, etalase, kasa, AC, dan sebagainya, apabila usaha bisnis yang akan didirikan berupa pabrik, maka peralatan yang harus disediakan adalah mesin-mesin produksi, peralatan kantor, gedung atau kendaraan, (c) pembagian tugas harus dapat dicerminkan dari struktur organisasi yang akan dibentuk. Prinsip dalam menempatkan tugas untuk seorang karyawan harus berdasarkan "orang yang tepat pada tempat yang tepat", disiplin, kerjasama, kejujuran, dan semangat harus menjadi dasar utama dalam membentuk tim manajemen yang tangguh.

Dalam menentukan skala usaha bisnis jasa pun sebenarnya sama dengan cara menentukan skala usaha swalayan seperti contoh di atas. Misal usaha hotel, walaupun tidak memerlukan teknologi tinggi namun teknik-teknik dagang jasa penginapan perlu dikuasai, artinya bakat, ketrampilan, dan seni menjual serta kiat pelayanan jasa yang baik sangat diperlukan. Hal ini harus tercermin dalam suasana aman, nyaman, bersih, dan petugas yang ramah dan sopan. Keramah-tamahan merupakan daya tarik tersendiri dalam bisnis jasa. Sementara dalam bisnis karoseri kendaraan, diperlukan beberapa ketrampilan teknologi mengelas, menyetok pelat besi, mendempul, dan mengecat. Oleh karena itu dalam rencana mendirikan usaha diperlukan ketrampilan yang benar-benar dikuasai secara penuh.

Secara umum, dalam menentukan besarnya usaha bisnis ditentukan oleh potensi besarnya calon konsumen dan bisnis sejenis sebagai pesaing. Bila diperkirakan pangsa pasar calon konsumen besar, tentunya skala usaha pun besar pula.

3. Merencanakan Lokasi Bisnis

Setelah memilih dan menentukan jenis usaha yang sesuai dengan tersedianya ketrampilan dan teknologi, kemudian mengadakan penelitian pasar untuk menentukan pangsa pasar yang akan diterjuni. Penentuan pangsa pasar tersebut untuk menentukan layak atau tidaknya usaha yang direncanakan, maksudnya barang atau jasa yang akan diproduksi dapat laku dijual. Pangsa pasar pun dapat menjadi pedoman untuk menentukan besarnya skala usaha. Langkah selanjutnya adalah merencanakan lokasi tempat di mana usaha akan dijalankan. Lokasi perusahaan merupakan salah satu faktor pendukung penting yang dapat menjamin tercapainya tujuan usaha. Ketepatan pemilihan lokasi usaha akan memberikan bantuan yang sangat berharga, baik dalam kaitannya dengan kemudahan yang diberikan maupun dengan efisiensi biaya produksi.

Dengan demikian lokasi usaha harus diputuskan dengan hati-hati atas dasar fakta yang lengkap, ditinjau dari aspek ekonomi maupun aspek teknis serta fleksibilitasnya

terhadap kemungkinan rencana di masa depan dalam hal perluasan usaha. Menurut Thoyib (1993), lokasi usaha yang tepat akan menentukan: (a) penghematan biaya dan penurunan harga jual, (b) keunggulan dalam persaingan, (c) keunggulan pelayanan dan *service* terhadap konsumen, (d) mudah dalam mendapatkan bahan secara *kontinue*, (e) mudah dalam mendapatkan tenaga buruh, (f) mudah dalam memperluas areal bila memerlukan perluasan.

Secara umum faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan lokasi usaha antara lain: (a) daerah pemasaran, agar biaya angkut hasil produksinya dapat lebih murah dan lebih cepat melayani konsumennya. Perusahaan yang bergerak di bidang usaha seperti perdagangan, hiburan, hotel, bank, asuransi, *bakery*, transportasi dan usaha jasa lainnya biasanya akan memilih lokasi yang terikat dengan daerah pemasaran atau dekat dengan konsumen, mudah dijangkau konsumen atau di pusat keramaian, (b) sumber bahan baku dan alam, bila biaya angkut bahan baku lebih tinggi dari biaya angkut hasil seperti pabrik gula, semen, lebih baik dekat dengan bahan baku daripada menjauhi bahan baku. Lokasi usaha pertanian atau pertambangan sangat ditentukan oleh sumber-sumber alam atau terikat oleh alam, (c) tenaga kerja, bagi perusahaan yang membutuhkan banyak tenaga kerja yang bukan ahli, cenderung dekat dengan tenaga kerja, (d) transportasi dan sarana jalan, pengangkutan merupakan urat nadi bagi perusahaan karena kegiatan pengadaan bahan sampai pada distribusi barang jadi memerlukan sarana pengangkutan yang memakan waktu dan biaya yang tidak sedikit, untuk bidang usaha yang memerlukan ketepatan waktu dibutuhkan banyak peranan dari transportasi untuk mengatasinya, (e) sumber tenaga seperti listrik, telepon, dan air (Thoyib, 1993).

Menurut Prawiorosentono (2002), terdapat dua cara pendekatan dalam menentukan lokasi bisnis, yaitu: (a) lokasi usaha sebaiknya di tempat konsumen atau di daerah pemasaran, (b) lokasi usaha sebaiknya mendekati atau di tempat bahan baku berada. Lokasi usaha mendekati atau di daerah pemasaran, yaitu daerah dimana para calon pembeli atau konsumen berada. Hal tersebut tergantung pada daerah pasar yang ingin dikuasai, yakni tempat beredarnya barang yang akan dijual. Daerah pemasaran dapat merupakan suatu provinsi atau negara. Suatu perusahaan yang direncanakan untuk memproduksi barang atau jasa untuk dijual ke suatu negara, berarti negara yang dituju merupakan daerah pasar. Tetapi dapat pula dikatakan bahwa tiap daerah pemukiman penduduk merupakan daerah pemasaran. Bila rencana mendirikan usaha bengkel mobil

atau usaha dagang onderdil mobil, tempatnya dianjurkan di daerah tempat pemukiman orang yang memiliki mobil, demikian pula usaha *bakery*, usaha bisnis di sektor jasa harus ditempatkan di daerah konsumen.

Lokasi usaha dekat atau di tempat bahan baku, misalnya mendirikan bisnis tambang harus berlokasi di daerah yang terdapat bahan tambang tersebut, bisnis pembakaran batu kapur harus dilokasi yang terdapat banyak batu kapur.

4. Aspek –Aspek Perencanaan Bisnis

Satu hal yang perlu disusun seorang wirausahawan sebelum ia menjalankan usahanya adalah perencanaan bisnis yang pada dasarnya adalah merupakan gambaran komprehensif tentang aspek-aspek utama yang akan mempengaruhi keberhasilan usaha, menurut Harsono (2001), perencanaan bisnis perlu mencakup hal-hal berikut: (a) pernyataan misi yaitu pernyataan yang menggambarkan alasan mengapa seorang wirausahawan menekuni usaha tertentu dan apa yang akan dilakukan supaya lebih unggul dari pesaing, (b) rencana pemasaran yang akan mencakup beberapa faktor berikut ini: pasar sasaran, rencana lokasi usaha, keunikan citra perusahaan, rencana periklanan, susunan ruang dan alat kantor, (c) rencana pembelian bahan baku atau barang dagangan, (d) rencana bentuk usaha dan cara pengelolaan usaha, (e). rencana keuangan.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Dalam merencanakan usaha bisnis perlu ketrampilan atau *skill* dan penguasaan teknologi yang mantap, agar usaha bisnis dapat berkembang dan berkelanjutan. Di samping itu perlu pula semangat wirausahawan yang tinggi dan konsisten.
2. Besarnya usaha perlu direncanakan terlebih dahulu, hal itu dapat dilakukan dengan mengamati jumlah calon pembeli, siapa calon pembelinya, dan di mana calon pembeli berada. Bila besarnya usaha dapat diperkirakan maka keperluan biaya modal dapat dihitung pula.
3. Dalam merencanakan bisnis, ternyata penentuan lokasi usaha merupakan salah satu faktor penting dan perlu diperhatikan secara umum, misalnya: (a). fasilitas pengangkutan, (b) bahan baku, (c) tenaga kerja, (d) daerah konsumen.
4. Perencanaan bisnis harus dibuat secara komprehensif, efisien, dan efektif agar dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis dalam dunia usaha yang sarat persaingan.

Daftar Pustaka

Fuad, M. Dkk. (2003). *Pengantar bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Harsono. (2001). *Pengantar bisnis*, Yogyakarta : STIE.

Irawan. (1997). *Pengantar ekonomi perusahaan*, Yogyakarta: BPFE Universitas Gajah Mada

Prawirosentono, Suyadi, 2002, *Pengantar Bisnis Modern Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif*, Bumi Aksara, Jakarta.

Sumarni, M dan Soeprihanto, John, 1999, *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*, Liberty, Yogyakarta.

Thoyib Usman. (1993). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.