

Model Kebijakan Bisnis Dalam Perspektif Manajemen Modern

Dahlia Margareth Sinurat, Rolyana Ferinia Hutagalung

Universitas Advent Indonesia

Email: dahliamargaretsunurat@gmail.com

Abstract

This study examines the business policy model from a modern management perspective, emphasizing the importance of policy as a strategic guideline in achieving organizational goals. Business policy serves as a guiding instrument, controller, and measure of success in facing the dynamics of a competitive business environment. This study uses a qualitative approach with a library research method, analyzing various theories and previous research findings from strategic management experts such as Wheelen, Glueck, Chandler, and Ansoff. The study results indicate that business policy is closely linked to corporate strategy, the scope of operations, and the principles of ethics and social responsibility of the organization. Effective policies must include clarity of formulation, good communication, and consistent implementation. Furthermore, implementing policies that adapt to environmental changes will enhance organizational innovation, competitiveness, and sustainability.

Keywords: *Business Policy, Modern Management, Corporate Strategy, Innovation, Sustainability*

Abstrak

Penelitian ini membahas model kebijakan bisnis dalam perspektif manajemen modern yang menekankan pentingnya kebijakan sebagai pedoman strategis dalam mencapai tujuan organisasi. Kebijakan bisnis berperan sebagai instrumen pengarah, pengendali, dan pengukur keberhasilan dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang kompetitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research), yaitu dengan menganalisis berbagai teori dan hasil penelitian terdahulu dari para ahli manajemen strategis seperti Wheelen, Glueck, Chandler, dan Ansoff. Hasil kajian menunjukkan bahwa kebijakan bisnis memiliki keterkaitan erat dengan strategi perusahaan, ruang lingkup operasional, serta prinsip etika dan tanggung jawab sosial organisasi. Kebijakan yang efektif harus mencakup kejelasan perumusan, komunikasi yang baik, serta konsistensi pelaksanaan. Selain itu, penerapan kebijakan yang adaptif terhadap perubahan lingkungan akan meningkatkan inovasi, daya saing, dan keberlanjutan organisasi.

Kata Kunci: *Kebijakan Bisnis, Manajemen Modern, Strategi Perusahaan, Inovasi, Keberlanjutan*

Pendahuluan

Dalam dunia bisnis yang serba cepat dan kompetitif, kebijakan sangat penting karena merupakan cara utama untuk memandu operasional bisnis menuju tujuannya. Kebijakan yang matang membantu pemilik bisnis menyusun rencana matang yang membantu operasional berjalan lancar, efisien, dan terorganisir. Kebijakan bisnis lebih dari sekadar aturan; kebijakan juga merupakan cara untuk memantau kemajuan menuju tujuan. Perusahaan dapat mengetahui seberapa baik mereka telah mencapai tujuan, masalah apa yang mereka hadapi, dan cara memperbaikinya di masa mendatang dengan mengevaluasi kebijakan mereka. Jadi, kebijakan bisnis sangat penting untuk menjaga stabilitas operasional, memastikan semua orang melakukan hal yang sama, dan mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan (*DUMMY_compressed, t.t.*)

Kebijakan bisnis bukan hanya pedoman strategis, tetapi juga membantu bisnis menghadapi perubahan di dunia luar yang semakin rumit. Bisnis perlu berubah seiring perkembangan zaman karena globalisasi, teknologi baru, perubahan kebiasaan konsumen, persaingan yang ketat, dan pertumbuhan digital yang pesat. Dalam situasi ini, kebijakan bisnis merupakan cara penting untuk memastikan bahwa perusahaan dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tanpa melanggar aturan dasar organisasi. Kebijakan yang baik membantu semua bagian bisnis bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, dan juga menyediakan kerangka kerja untuk memperkenalkan ide-ide baru dan mengubah cara kerja bisnis.

Dari sudut pandang manajemen kontemporer, kebijakan bisnis secara intrinsik terkait dengan gagasan manajemen strategis. Wheelen dan

Hunger mengatakan bahwa kebijakan bisnis adalah aturan yang memberi tahu orang-orang bagaimana bertindak untuk mencapai tujuan perusahaan dan menetapkan batasan pada apa yang dapat diputuskan oleh manajer. Kebijakan bisnis bagaikan kompas yang menjaga perusahaan tetap pada jalurnya dengan rencananya. Glueck (1980) juga mengatakan bahwa kebijakan bisnis adalah aturan umum yang membantu manajer membuat keputusan agar perusahaan tetap pada jalurnya dengan tujuan dan arahnya. Manajemen strategis dan kebijakan bisnis saling terkait erat karena strategi menentukan arah dan kebijakan membantu melaksanakannya.

Chandler (1962) juga menekankan bahwa strategi dan kebijakan bisnis bekerja sama. Menetapkan tujuan jangka panjang dan mencari tahu bagaimana menggunakan sumber daya untuk mencapainya adalah inti dari strategi. Kebijakan, di sisi lain, adalah panduan praktis untuk menerapkan strategi tersebut. Jadi, kebijakan bisnis bukan sekadar gagasan; melainkan juga sesuatu yang dilakukan orang. Igor Ansoff (1990) mengatakan bahwa keberhasilan kebijakan bisnis bergantung pada seberapa jelas kebijakan tersebut saat dibuat, seberapa baik dikomunikasikan antar departemen, dan seberapa konsisten kebijakan tersebut diterapkan. Tanpa hal-hal ini, kebijakan bisnis hanyalah dokumen formal yang tidak terlalu penting bagi pertumbuhan perusahaan.

Kebijakan bisnis juga sangat luas, mencakup hal-hal seperti keuangan, pemasaran, produksi, sumber daya manusia, dan bahkan pengembangan ide-ide baru. Dalam keuangan, kebijakan bisnis mengatur pengelolaan dana dan investasi untuk menjaga likuiditas dan stabilitas perusahaan. Dalam pemasaran, kebijakan berfokus pada upaya

memahami keinginan pelanggan, meningkatkan citra merek, dan mengungguli pesaing. Sementara itu, kebijakan bisnis dalam sumber daya manusia berfokus pada peningkatan keterampilan, motivasi, dan produktivitas tenaga kerja. Cakupan kebijakan ini bahkan mencakup tanggung jawab sosial dan etika bisnis, yang semakin penting di dunia saat ini, di mana bisnis harus berkontribusi terhadap masyarakat dan lingkungan (Sasmita & Suryadi, 2025).

Prinsip-prinsip kebijakan bisnis juga menjadi dasar bagaimana kebijakan tersebut disusun dan diimplementasikan. Prinsip-prinsip ini meliputi bersikap adil, jujur, terbuka, efisien, dan bertanggung jawab kepada masyarakat. Dengan mengikuti aturan-aturan ini, bisnis dapat membangun nama baik dan menjaga kepercayaan banyak orang, termasuk pemegang saham, karyawan, pelanggan, dan masyarakat secara keseluruhan. Dalam dunia di mana bisnis saling bersaing, prinsip-prinsip kebijakan bisnis juga menyatakan bahwa perusahaan harus selalu menghasilkan ide-ide baru dan mampu berubah. Inovasi merupakan bagian penting untuk menjaga relevansi bisnis di dunia yang teknologi dan pasarnya berubah dengan cepat. Kebijakan bisnis juga memiliki pengaruh besar terhadap kinerja suatu organisasi. Kebijakan yang baik dapat membuat perusahaan lebih efisien, mendorong ide-ide baru, dan membuatnya lebih kompetitif. Di sisi lain, kebijakan yang lemah atau tidak jelas dapat menyebabkan inefisiensi, menurunkan produktivitas, dan bahkan menyulitkan persaingan. Oleh karena itu, bisnis perlu membuat aturan yang dapat berubah seiring waktu tetapi tetap berpegang pada nilai-nilai inti perusahaan. Dalam lingkungan akademis, memahami kebijakan bisnis sangat penting bagi mahasiswa dan

profesional untuk memahami visi dan strategi menyeluruh perusahaan guna mencapai kesuksesan yang berkelanjutan (Sari dkk., 2024).

Dari uraian di atas, jelas bahwa kebijakan bisnis sangat penting bagi perusahaan untuk tetap beroperasi dan tetap kompetitif dalam menghadapi tantangan global. Perusahaan dapat menghadapi perubahan lingkungan, memaksimalkan sumber daya, dan mencapai tujuan jangka panjang dengan cara yang ramah lingkungan melalui kebijakan yang tepat. Kebijakan bisnis dapat dipahami bukan hanya sebagai seperangkat aturan, tetapi sebagai alat strategis yang menentukan arah dan keberhasilan suatu organisasi. Hal ini dikarenakan para ahli seperti Wheelen, Glueck, Chandler, dan Ansoff memiliki landasan teori yang kuat.

Kajian Teori

Kebijakan bisnis merupakan seperangkat pedoman, prinsip, dan aturan yang dirancang organisasi untuk mengarahkan proses pengambilan keputusan serta aktivitas operasional dalam mencapai tujuan perusahaan. Dalam manajemen bisnis, kebijakan berfungsi sebagai penghubung antara strategi dan tindakan yang dilakukan di tingkat operasional sehingga seluruh bagian organisasi bergerak secara konsisten dan selaras dengan visi serta misi perusahaan. Kebijakan bisnis juga membantu memperjelas batasan dan standar kerja sehingga keputusan yang diambil tidak bersifat subjektif, tetapi berdasarkan kerangka yang telah ditetapkan. Selain itu, kebijakan bisnis memiliki peran penting dalam fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pengarahan, karena memberikan acuan yang stabil dalam menjalankan proses manajerial. Tujuan utama penyusunan

kebijakan bisnis adalah menciptakan efisiensi, meningkatkan koordinasi antarbagian, mengurangi ketidakpastian, serta memastikan perusahaan dapat beradaptasi terhadap perubahan lingkungan internal maupun eksternal. Faktor-faktor seperti kondisi ekonomi, teknologi, regulasi pemerintah, budaya perusahaan, dan sumber daya manusia menjadi penentu penting dalam pembentukan sebuah kebijakan. Ketika kebijakan tersusun dengan baik, perusahaan mampu meningkatkan kinerja, mengurangi risiko operasional, serta memperkuat daya saing dalam industri. Sebaliknya, kebijakan yang tidak jelas atau tidak sesuai dapat menimbulkan konflik internal, menurunkan efektivitas kerja, dan menghambat pencapaian tujuan organisasi.

Pengertian Kebijakan Bisnis

Kebijakan bisnis adalah seperangkat aturan atau rencana tindakan yang membantu perusahaan mencapai tujuannya dan membatasi pilihan yang dapat diambil manajer. Kebijakan ini lebih dari sekadar daftar aturan; kebijakan ini juga membantu perusahaan tetap berada di jalur yang tepat dengan strategi yang telah direncanakan. Perusahaan dapat memastikan bahwa semua kegiatan operasionalnya sejalan dengan visi dan misinya, dan bahwa setiap keputusan sejalan dengan tujuan jangka panjangnya dengan memiliki kebijakan bisnis yang jelas. (*Pengantar-Manajemen-staibabussalamsula.ac_.id_-10*, t.t.)

Perspektif ini sejalan dengan pernyataan Glueck (1980) bahwa kebijakan bisnis merupakan arahan umum yang membantu manajer dalam proses pengambilan keputusan. Kebijakan menyediakan kerangka kerja untuk memastikan bahwa keputusan manajerial selaras dengan tujuan dan arah strategis organisasi. Jadi, kebijakan bisnis menetapkan

batasan yang jelas pada pengambilan keputusan strategis dan mendorong efisiensi serta konsistensi dalam pelaksanaannya.

Chandler (1962) juga mengatakan bahwa strategi dan kebijakan bisnis sangat mirip. Menetapkan tujuan jangka panjang dan mencari tahu bagaimana menggunakan sumber daya untuk mencapainya adalah inti dari strategi. Di sisi lain, kebijakan bisnis adalah seperangkat aturan yang mewujudkan strategi-strategi tersebut. Ini berarti bahwa kebijakan bisnis menghubungkan perencanaan strategi tingkat atas dengan pekerjaan aktual yang perlu dilakukan.

Ansoff (1990) juga mengatakan bahwa agar suatu kebijakan bisnis berhasil, kebijakan tersebut harus jelas, dikomunikasikan dengan baik kepada semua orang di perusahaan, dan dipatuhi secara konsisten. Jika kebijakan bisnis tidak dipraktikkan dengan benar, kebijakan tersebut hanya akan menjadi lembaran kertas yang tidak berarti dan tidak akan berdampak nyata pada kinerja perusahaan. Jadi, agar bisnis modern berhasil dengan kebijakannya, kebijakan tersebut harus jelas, dikomunikasikan dengan baik, dan konsisten.

Berdasarkan berbagai sudut pandang ini, kita dapat mengatakan bahwa kebijakan bisnis merupakan bagian penting dari strategi manajemen. Kebijakan bukan sekadar aturan atau pedoman; kebijakan juga merupakan alat bagi manajer untuk memastikan bahwa strategi perusahaan dijalankan secara efektif, efisien, dan konsisten dengan tujuan jangka panjang organisasi (Ansoff, t.t.).

Ruang Lingkup Kebijakan Bisnis

Kebijakan bisnis mencakup banyak bagian penting dari sebuah bisnis, seperti perencanaan, pelaksanaan rencana, dan pengawasan

terhadap strategi perusahaan. Dari sudut pandang manajemen modern, kebijakan bisnis adalah seperangkat aturan utama yang memandu cara kerja suatu organisasi untuk memastikan bahwa aktivitasnya sejalan dengan visi, misi, dan nilai-nilai inti. Cakupannya tidak hanya mencakup dinamika internal organisasi tetapi juga interaksi eksternal dengan para pemangku kepentingan, termasuk konsumen, pemasok, lembaga pemerintah, dan masyarakat luas. Jadi, kebijakan bisnis sangat penting untuk memastikan bahwa setiap pilihan dan tindakan yang diambil perusahaan bersifat strategis, terukur, dan berdasarkan etika serta tanggung jawab sosial. (Hindarto, t.t.)

Cakupan kebijakan bisnis mencakup sejumlah bidang penting, seperti keuangan, pemasaran, produksi, sumber daya manusia, dan pengembangan ide-ide baru. Dalam keuangan, kebijakan adalah tentang bagaimana mengelola uang dan sumber daya agar bisnis dapat tetap stabil dan berkembang. Dalam pemasaran, kebijakan adalah tentang mencari tahu apa yang diinginkan pelanggan, membuat merek terlihat lebih baik, dan memberi perusahaan keunggulan dibandingkan para pesaingnya. Di sisi lain, dalam sumber daya manusia, kebijakan membantu meningkatkan kemampuan, motivasi, dan produktivitas pekerja. Kebijakan bisnis juga mencakup cara mengelola risiko, cara beradaptasi terhadap perubahan lingkungan, dan cara menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan. Cakupan yang luas ini menunjukkan bahwa kebijakan bisnis bukan hanya tentang menghasilkan uang; kebijakan bisnis juga tentang memberikan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan dalam jangka panjang. Dengan memahami cakupan yang luas ini, bisnis dapat merancang strategi yang lebih efektif, fleksibel, dan kompetitif di pasar global yang terus berubah (Haris, t.t.)

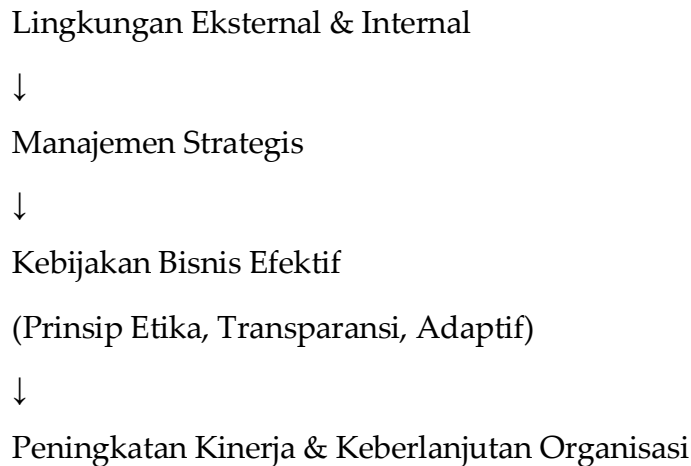
Prinsip-Prinsip Kebijakan Bisnis

Aturan kebijakan bisnis membantu perusahaan menyusun dan melaksanakan rencana untuk mencapai tujuan mereka. Prinsip-prinsip ini tidak hanya berfokus pada menghasilkan uang; tetapi juga mempertimbangkan etika, tanggung jawab sosial, dan kesehatan bisnis jangka panjang. Dalam praktiknya, kebijakan bisnis yang baik harus mempertimbangkan kebutuhan pemilik, pekerja, pelanggan, dan masyarakat secara keseluruhan.

Keadilan, kejujuran, keterbukaan, efisiensi, dan kemampuan untuk berubah seiring perubahan lingkungan merupakan beberapa bagian terpenting dari kebijakan bisnis. Setiap kebijakan didasarkan pada keadilan dan kejujuran, sementara transparansi dan efisiensi memastikan bahwa setiap orang bertanggung jawab dan bahwa sumber daya digunakan sebaik mungkin. Perusahaan harus mampu beradaptasi agar dapat bertahan di dunia bisnis yang terus berubah dan tak terduga.

Menggunakan prinsip-prinsip ini membantu bisnis membangun nama baik, mendapatkan kepercayaan banyak orang, dan memastikan bisnis mereka tetap beroperasi untuk jangka panjang. Jadi, prinsip-prinsip kebijakan bisnis bukan hanya aturan moral; prinsip-prinsip ini juga merupakan cara yang berguna untuk menemukan keseimbangan antara menghasilkan uang dan bertanggung jawab secara sosial. (Maman Wahyudi, 2024)

Kerangka Pemikiran



Hasil Dan Pembahasan

Model pada gambar 1.1 menjelaskan bahwa berdasarkan hasil kajian, dapat dipahami bahwa strategi dan kebijakan bisnis merupakan keputusan penting yang ditetapkan oleh manajemen puncak perusahaan. Keputusan ini bersifat menyeluruh karena menjadi dasar dalam pengambilan keputusan yang bersifat strategis dan menentukan arah jangka panjang perusahaan. Dengan adanya kebijakan bisnis, perusahaan memiliki pedoman dalam menyusun rencana, mengalokasikan sumber daya, serta menyesuaikan langkah dengan perubahan lingkungan eksternal yang semakin dinamis.

Pembahasan menunjukkan bahwa kebijakan bisnis tidak hanya berfungsi sebagai aturan atau pedoman, tetapi juga sebagai strategi manajemen untuk menghadapi tantangan persaingan. Perumusan strategi yang jelas akan membantu perusahaan dalam mencapai efisiensi, meningkatkan daya saing, serta mempertahankan keberlanjutan bisnis. Selain itu, kebijakan bisnis juga berhubungan erat dengan konsep manajemen strategis, di mana setiap kebijakan harus mampu dijabarkan

menjadi langkah-langkah praktis yang dapat diimplementasikan oleh seluruh bagian perusahaan. (Prastiyas dkk., t.t.)

Hasil pembahasan juga menekankan bahwa intensitas isu bisnis di media sering lebih menyoroti strategi pemasaran dibandingkan kebijakan bisnis secara menyeluruh. Padahal, pemahaman mengenai kebijakan bisnis sangat penting bagi mahasiswa maupun praktisi agar mampu melihat gambaran besar arah perusahaan. Oleh sebab itu, penguasaan terhadap proses, konteks, serta isi kebijakan bisnis menjadi dasar bagi setiap individu untuk mampu berkontribusi dalam pengembangan perusahaan. (Alifia dkk., 2024)

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kebijakan bisnis merupakan landasan penting dalam mengarahkan perusahaan menuju tujuan yang diharapkan. Tanpa kebijakan yang jelas, perusahaan akan kesulitan dalam menentukan arah, menghadapi persaingan, serta menjaga keberlangsungan bisnis di tengah dinamika lingkungan usaha yang terus berubah. (Idrus dkk., 2023)

Kebijakan Bisnis

Kebijakan bisnis adalah studi tentang fungsi dan tanggung jawab pemimpin umum Perusahaan serta problema yang memengaruhi karakter dari keberhasilan Perusahaan secara keseluruhan. Permasalahan kebijakan dalam bisnis akan menyangkut beberapa kegiatan (aktivitas), misalnya aktivitas pemilihan tujuan, pembentukan karakter organisasi, penentuan tentang apa yang perlu dikerjakan, dan mobilisasi sumber daya untuk mencapai tujuan dalam situasi persaingan. Artinya, kebijakan bisnis berhubungan langsung dengan arah, karakter, serta keberlangsungan hidup perusahaan. (Christensen, Andrews, dan Bower,

1973). Kebijakan bisnis adalah pedoman yang dikembangkan oleh suatu organisasi untuk mengatur tindakan-tindakan bisnis. (Prof. Dr. H. Faisal Afiff, Spec. Lic, 2015). Alternatif yang siap dipilih berdasarkan prinsip-prinsip tertentu. Kebijakan bisnis merupakan suatu hasil analisis yang mendalam terhadap berbagai alternatif yang bermuara kepada Keputusan tentang alternatif terbaik. (Harbani Pasolong, 2010).

Prinsip atau cara bertindak yang dipilih untuk mengarahkan pengambilan Keputusan. (Edi Suharto, 2012). Sebuah ketetapan yang berlaku yang dicirikan oleh perilaku yang konsisten dan berulang, baik dari yang membuatnya maupun yang mentaatinya. (Elau dan Prewitt 2012). Prinsip-prinsip yang mengatur tindakan yang diarahkan kepada tujuan-tujuan tertentu. (Titmuss, 2012). Kebijakan bisnis merupakan pernyataan umum yang berisi prinsip dasar dan garis besar tindakan yang akan dilaksanakan oleh organisasi dalam menghadapi berbagai permasalahan bisnis. (Sondang P Siagian, 2008). Kebijakan bisnis adalah pedoman umum yang memberikan arah bagi pengambilan keputusan dalam suatu organisasi, sehingga setiap tindakan yang dilakukan selaras dengan tujuan perusahaan. (William F. Glueck, 1980). Kebijakan bisnis adalah kerangka yang digunakan untuk menentukan arah, ruang lingkup, serta pedoman perusahaan dalam mengambil keputusan strategis agar dapat menghadapi perubahan lingkungan bisnis. (H. Igor Ansoff, 1990). Kebijakan bisnis adalah sekumpulan keputusan dan aturan yang digunakan untuk mencapai sasaran perusahaan melalui kegiatan pemasaran, produksi, distribusi, serta aktivitas lain yang mendukung. (Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, 1999). (Parizi & Kustiwa, 2024)

Posisi Pasar

Market standing (posisi pasar) adalah pangsa pasar (market share) yang dimiliki suatu Perusahaan dalam industri tertentu, yang diukur dari total penjualan atau unit yang terjual dibandingkan dengan total penjualan industri. Market standing yang kuat memberikan jaminan pendapatan dan keuntungan jangka panjang bagi Perusahaan, serta menjadi tujuan utama dalam kinerja bisnis jangka Panjang. (Kotler dan Armstrong). Marketplace adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, baik secara fisik maupun digital, di mana nilai tukar terjadi antara produk atau jasa dengan uang. (Kotler dan Keller, 2012).

Marketplace adalah sebuah platform berbasis internet yang mempertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi perdagangan barang atau jasa secara online. (Turban et al, 2015). Marketplace merupakan pasar digital (electronic marketplace) yang menyediakan sarana bagi banyak penjual untuk menawarkan produknya dan memungkinkan pembeli memilih produk dari berbagai penjual di satu tempat. (Laudon dan Traver, 2017). Marketplace adalah ruang (fisik maupun virtual) di mana penjual dan pembeli bertemu, berinteraksi, serta melakukan proses pertukaran barang, jasa, maupun informasi. (Rainer dan Prince, 2011). Marketplace adalah platform yang berfungsi sebagai pihak ketiga untuk memfasilitasi transaksi antara penjual dan pembeli, sehingga menciptakan ekosistem bisnis yang lebih efisien. (Yustiani & Yunanto, 2017)

Inovasi

Inovasi merupakan sebuah ide, gagasan, objek, dan praktik yang dilandasi dan diterima sebagai suatu hal yang baru, ataupun cara baru oleh seseorang ataupun kelompok tertentu untuk diaplikasikan atau pun diadopsi. (Everett M. Rogers, 2010). Inovasi adalah gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk, proses, atau jasa. (Stephen Robbins). Inovasi adalah pengembangan dan perbaikan praktis dari suatu penemuan awal menjadi teknik yang dapat dipakai (inovasi proses) atau produk (inovasi produk). (Pass dan Bryan, 1994). Inovasi adalah pengenalan produk baru, metode produksi baru, pasar baru, sumber bahan baku baru, atau bentuk organisasi baru dalam suatu industri. (Joseph A. Schumpeter, 1934).

Inovasi adalah alat khusus para pengusaha, dengan mana mereka mengeksploitasi perubahan sebagai kesempatan untuk melakukan bisnis atau pelayanan yang berbeda. (Drucker, P.F, 1985). Inovasi adalah proses multi-tahap, di mana organisasi mengubah ide menjadi produk, layanan, atau proses baru yang meningkatkan, bersaing, dan membedakan dirinya di pasar. (Baregheh, Rowley, dan Sambrook, 2009). Inovasi adalah proses pengembangan dan penerapan ide-ide baru untuk menghasilkan produk, proses, atau jasa yang lebih baik. (Utterback, J.M, 1994). Inovasi adalah proses mengubah peluang menjadi gagasan baru dan mengubah gagasan tersebut menjadi solusi praktis yang dapat menciptakan nilai. (Tidd dan Bessant, 2014). (Rahmawaty dkk., 2025)

Sumber Daya Fisik dan Keuangan

Sumber daya fisik adalah aset berwujud yang dimiliki organisasi, seperti bangunan, peralatan, mesin, dan tanah, yang digunakan untuk

mendukung operasional serta mencapai tujuan organisasi. (Werther dan Davis, 1996). Sumber daya fisik mencakup teknologi fisik yang digunakan perusahaan, pabrik dan peralatan, lokasi geografis, serta akses terhadap bahan baku. (Barney, 1991). Sumber daya fisik adalah aset nyata yang digunakan perusahaan untuk menciptakan nilai, termasuk fasilitas, infrastruktur, dan kapasitas produksi. (Wheelen dan Hunger, 2010).

Sumber daya keuangan adalah dana yang tersedia bagi organisasi, termasuk modal sendiri, utang, laba ditahan, serta sumber pembiayaan lainnya. (Helfert, 1997). Sumber daya keuangan adalah modal dan dana yang digunakan perusahaan untuk mendukung kegiatan operasional, investasi, dan pertumbuhan. (Brigham dan Houston, 2001). Sumber daya keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh dan mengalokasikan dana secara efektif untuk mencapai tujuan strategis. (Mulyanti & Pd, t.t.)

Kinerja dan Pengembangan Manajer

Manajemen kinerja adalah suatu proses strategis dan terpadu yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja organisasi dengan mengembangkan kinerja individu maupun tim. (Armstrong dan Baron, 1998). Manajemen kinerja adalah komunikasi berkelanjutan antara atasan dan bawahan yang terjadi sepanjang tahun, untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi, pengembangan karyawan, serta perbaikan kinerja. (Robert Bacal, 1999). Manajemen kinerja adalah proses berkesinambungan yang mengidentifikasi, mengukur, dan mengembangkan kinerja individu maupun tim, serta menyelaraskan kinerja tersebut dengan tujuan organisasi. (Aguinis, 2009). Pengembangan manajer adalah seluruh upaya yang direncanakan untuk meningkatkan

kemampuan, pengetahuan, dan sikap seorang manajer agar lebih efektif dalam menjalankan tugasnya. (Flippo, 1995). Pengembangan manajer adalah proses memperbaiki keterampilan manajerial melalui pelatihan, pengalaman, serta pendidikan agar manajer mampu menghadapi tantangan organisasi. (Dessler, 2010). Pengembangan manajer merupakan proses jangka panjang untuk membentuk kompetensi, wawasan, serta perilaku manajerial agar sesuai dengan kebutuhan organisasi di masa depan. (Ayunda dkk., 2025)(*bukti penelitian_10720002_2At.*)

Kinerja dan Sikap Pekerja

Kinerja adalah catatan hasil yang diperoleh dari fungsi suatu pekerjaan tertentu selama periode waktu tertentu. (Bernadin dan Russell, 1993). Kinerja karyawan adalah hasil kerja baik secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan. (Mangkunegara, 2005). Kinerja adalah apa yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh karyawan yang memengaruhi seberapa besar mereka memberikan kontribusi kepada organisasi. (Mathis dan Jackson, 2006). Sikap adalah pernyataan evaluatif baik yang menguntungkan maupun tidak menguntungkan mengenai objek, orang, atau peristiwa, yang tercermin dari perasaan, keyakinan, dan kecenderungan untuk bertindak. (Robbins dan Judge, 2008). Sikap karyawan adalah predisposisi mental yang dipelajari dan memengaruhi cara seorang individu merespons pekerjaan, rekan kerja, dan lingkungan organisasi. (Newstrom, 2007). Sikap adalah keadaan pikiran individu yang mencerminkan perasaan, pendapat, dan kecenderungan untuk bertindak terhadap pekerjaannya. (Luthans, 2011). (Setiawan, 2016)

Tanggung Jawab Publik

Kinerja adalah catatan hasil yang diperoleh dari fungsi suatu pekerjaan tertentu selama periode waktu tertentu. (Bernadin dan Russell, 1993). Kinerja karyawan adalah hasil kerja baik secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan. (Mangkunegara, 2005). Kinerja adalah apa yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh karyawan yang memengaruhi seberapa besar mereka memberikan kontribusi kepada organisasi. (Mathis dan Jackson, 2006).

Sikap adalah pernyataan evaluatif baik yang menguntungkan maupun tidak menguntungkan mengenai objek, orang, atau peristiwa, yang tercermin dari perasaan, keyakinan, dan kecenderungan untuk bertindak. (Robbins dan Judge, 2008). Sikap karyawan adalah predisposisi mental yang dipelajari dan memengaruhi cara seorang individu merespons pekerjaan, rekan kerja, dan lingkungan organisasi. (Newstrom, 2007). Sikap adalah keadaan pikiran individu yang mencerminkan perasaan, pendapat, dan kecenderungan untuk bertindak terhadap pekerjaannya. (Luthans, 2011). (Setiawan, 2016)

Keuntungan

Keuntungan adalah imbalan yang diperoleh pemilik modal atas risiko yang ditanggung dalam menjalankan usaha. (Adam Smith, 1776). Keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dengan biaya total, yang menjadi kompensasi atas penggunaan modal dan risiko yang dihadapi pengusaha. (Alfred Marshall, 1890). Keuntungan adalah hasil bersih yang diperoleh perusahaan setelah pendapatan dikurangi semua biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan usaha. (H. Igor Ansoff, 1990).

Keuntungan adalah selisih lebih antara pendapatan yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa dengan semua biaya yang dikeluarkan dalam periode tertentu. (Sustrisno, 2001). Keuntungan adalah salah satu tujuan utama perusahaan yang mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan pendapatan. (Harjito dan Martono, 2005). (Widyaningsih, t.t.)

Organisasi Nirlaba

Organisasi nirlaba adalah organisasi yang berorientasi pada pelayanan masyarakat, bersifat swasta, tidak mencari keuntungan, dan dikelola secara sukarela. (salamon dan Anheier, 1992). Organisasi nirlaba adalah organisasi yang tidak membagikan keuntungan kepada pemilik, pengurus, atau anggotanya, melainkan menggunakan pendapatan untuk tujuan sosial. (Hansmann, 1980). Organisasi nirlaba adalah entitas yang tujuan utamanya bukan mencari laba, melainkan memberikan layanan kepada masyarakat dan pihak yang membutuhkan. (Anthony dan Young, 1999). Organisasi nirlaba adalah organisasi yang tidak menjadikan pencarian keuntungan sebagai tujuan utama, tetapi lebih menekankan pada pelayanan sosial, pendidikan, kesehatan, maupun keagamaan. (Tika, 2006). Organisasi nirlaba adalah organisasi yang mengutamakan kepentingan publik dan sosial, di mana pendapatan yang diperoleh akan digunakan kembali untuk mendukung program dan kegiatan organisasi. (Rosenberg, 2004). (Suryono, 2016)



Gambar 1.1 Infografis Kebijakan Bisnis

Kesimpulan

Kebijakan bisnis dalam perspektif manajemen modern merupakan pedoman strategis yang berperan penting dalam mengarahkan, mengendalikan, dan mengukur keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuannya. Kebijakan tidak hanya berfungsi sebagai seperangkat aturan, tetapi juga sebagai instrumen strategis yang memastikan setiap keputusan manajerial sejalan dengan visi, misi, dan strategi perusahaan. Hubungan antara strategi dan kebijakan bersifat saling melengkapi, di mana strategi menentukan arah jangka panjang organisasi, sedangkan kebijakan menjabarkan strategi tersebut ke dalam tindakan yang lebih operasional dan terukur.

Ruang lingkup kebijakan bisnis meliputi berbagai bidang utama, seperti keuangan, pemasaran, produksi, sumber daya manusia, dan inovasi. Kebijakan yang efektif harus memiliki kejelasan dalam perumusan, komunikasi yang baik, serta konsistensi pelaksanaan. Selain

itu, penerapan prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial menjadi dasar dalam pembentukan kebijakan yang beretika dan berkelanjutan. Dengan demikian, kebijakan bisnis bukan hanya sarana pengendali internal, tetapi juga cerminan dari nilai dan komitmen perusahaan terhadap para pemangku kepentingan.

Dalam konteks manajemen modern, kebijakan bisnis yang adaptif dan inovatif akan membantu perusahaan menghadapi perubahan lingkungan eksternal yang dinamis. Kebijakan yang fleksibel mendorong kreativitas, efisiensi, dan daya saing yang berkelanjutan. Oleh karena itu, keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya ditentukan oleh strategi yang dirancang, tetapi juga oleh kemampuan dalam merumuskan dan mengimplementasikan kebijakan bisnis secara konsisten, beretika, dan berorientasi pada keberlanjutan organisasi di masa depan (Faruq & Usman, 2016).

Daftar Pustaka

- Alifia, R. D., Adani, J. R., Zahrah, A. N., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). *Strategi Perencanaan Bisnis untuk Meningkatkan Keberhasilan Usaha*. 3(1).
- Ayunda, N., Santang, R. M. K., & Hakim, A. L. (2025). *Literature Review: Perkembangan Manajemen Kinerja*. 24(12).
buktipenelitian_10720002_2A211123172738. (t.t.).
DUMMY_compressed. (t.t.).
- Faruq, M. A., & Usman, I. (2016). Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil Dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 7(3).
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v7i3.2710>
- Haris, I. (t.t.). *Kebijakan Pengelolaan Sdm, Keuangan Dan Operasional Umkm Perdesaan (Tinjauan Literatur Usaha KeciL)*.

- Hindarto, W. (t.t.). *Bagaimana cara Menyusun Kebijakan Etika Bisnis dalam Perusahaan*.
- Idrus, S., Ruhana, F., Amalia, M. R., Rosyid, A. F., & Kuswandi, D. (2023). Implementasi Kebijakan Manajemen Sumber Daya Manusia Yang Efektif Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi Di Era Bisnis Global. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 72–89. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2879>
- Maman Wahyudi. (2024). The Concept of Business Ethics in Islamic Perspective. *Jurnal Pendidikan IPS*, 14(2), 478–484. <https://doi.org/10.37630/jpi.v14i2.2166>
- Mulyanti, D. D., & Pd, M. (t.t.). *Manajemen Keuangan Perusahaan*.
- Parizi, E. A. A., & Kustiwa, A. (2024). Peran Pemimpin Dapat Menentukan Kebijakan Kerja Dalam Perusahaan Di Pt. Gunung Tilu Parahyangan. 6(1).
- Pengantar-Manajemen-staibabussalamsula.ac_.id_-10*. (t.t.).
- Prastiyas, D. I., Afiqoh, L. D. N., & Andriani, A. A. (t.t.). *Membangun Keunggulan Kompetitif Dalam Merumuskan Strategi Bisnis Yang Efektif Dengan Perencanaan Dan Pengembangan Melalui Analisis SwoT*.
- Rahmawaty, I., Susanti, R., Maharani, S. D., & Anwar, Y. (2025). *Difusi Inovasi: Konsekuensi Inovasi*. 8.
- Sari, Y., Setiawan, A., Marina, B. F., & Mukhtar, A. (2024). Analisis Sinergis Antara Perencanaan Manajemen Strategik Dan Kepuasan Kerja Dalam Mengoptimalkan Kinerja Organisasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(3).
- Sasmita, N., & Suryadi, N. (2025). *Dampak Transformasi Digital Terhadap Struktur Pasar Di Era Globalisasi: Perspektif Ekonomi Islam*. 1.
- Setiawan, K. C. (2016). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Level Pelaksana Di Divisi Operasi Pt. Pusri Palembang. *Psikis: Jurnal Psikologi Islami*, 1(2), 43–53. <https://doi.org/10.19109/psikis.v1i2.567>
- Suryono, B. (2016). Organisasi Nirlaba: Karakteristik Dan Pelaporan Keuangan Organisasi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 3(2), 59. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y1999.v3.i2.1883>
- Widyaningsih, I. U. (t.t.). *Enis Khaerunnisa Siti Epa Hardiyanti*.

Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, 6(2), 43–48.
<https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>