

MANAJEMEN BISNIS TEORI DAN PRAKTIK

Drs. Kushariyadi, S.E., M.M¹, Mila Diana Sari SE., MM.², Susantriana Dewi, SE., MM.³, Heri Susanto⁴, Johannes Johny Koynja⁵

e-mail: [1hariyadikus@gmail.com](mailto:hariyadikus@gmail.com), [2miladianasari.se@gmail.com](mailto:miladianasari.se@gmail.com), [3susantriana.dewi@unmer.ac.id](mailto:susantriana.dewi@unmer.ac.id), [4heri.susanto.krw@horizon.ac.id](mailto:heri.susanto.krw@horizon.ac.id), [5johnykoynja@unram.ac.id](mailto:johnykoynja@unram.ac.id)

Sinopsis	ISBN : 978-623-10-0669-1
<p>"Manajemen Bisnis: Teori dan Praktik", pembaca dibimbing melalui perjalanan mendalam dalam dunia manajemen bisnis modern. Penulis menggabungkan teori-teori terkemuka dengan studi kasus yang nyata untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang konsep-konsep kunci seperti perencanaan strategis, pengambilan keputusan, manajemen operasional, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan. Buku ini tidak hanya berfokus pada aspek teoretis, tetapi juga menekankan pada implementasi praktis. Dengan ilustrasi kasus yang relevan dan panduan langkah-demi-langkah, pembaca diajak untuk menerapkan konsep-konsep yang dipelajari dalam situasi nyata. Hal ini membantu pembaca memahami bagaimana teori-teori tersebut dapat diterapkan dalam konteks bisnis yang beragam. Dengan gaya penulisan yang jelas dan pendekatan yang terstruktur, "Manajemen Bisnis: Teori dan Praktik" menjadi sumber daya yang berharga bagi para profesional bisnis, mahasiswa, dan siapa pun yang tertarik memahami secara mendalam tentang bagaimana mengelola bisnis secara efektif dalam lingkungan yang terus berubah.</p>	

I. DAFTAR ISI

BAB 1 Pengantar Manajemen Bisnis

- A. Definisi Manajemen Bisnis
- B. Sejarah dan Perkembangan Manajemen Bisnis
- C. Peran Manajer dalam Organisasi
- D. Tantangan dan Peluang dalam Manajemen Bisnis Modern

BAB 2 Strategi Bisnis Merumuskan Visi dan Misi

- A. Konsep dan Arti Strategi Bisnis
- B. Membangun Visi dan Misi Organisasi

C. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal

- D. Penetapan Tujuan Strategis
- E. Pengembangan Strategi Competing Values Framework

BAB 3 Perencanaan Bisnis Mengembangkan Rencana Strategis

- A. Proses Perencanaan Bisnis
- B. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)
- C. Penetapan Prioritas dan Alokasi Sumber Daya
- D. Rencana Taktis dan Rencana Operasional

- E.Pemantauan dan Penyesuaian Rencana Strategis
- BAB 4 Pengambilan Keputusan Manajerial
 - A.Model Pengambilan Keputusan
 - B.Pengumpulan dan Analisis Data
 - C.Teknik Evaluasi Alternatif
 - D.Etika dalam Pengambilan Keputusan
 - E.Implementasi dan Pengendalian Keputusan
- BAB 5 Organisasi Bisnis: Struktur dan Desain Organisasi
 - A.Teori Struktur Organisasi
 - B.Jenis-Jenis Struktur Organisasi
 - C.Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Desain Organisasi
- BAB 6 Kepemimpinan dan Motivasi
 - A.Konsep Kepemimpinan
 - B.Teori Kepemimpinan Situasional
 - C.Motivasi
 - D.Strategi Meningkatkan Kinerja Melalui Motivasi
 - E.Kepemimpinan Transformasional dan Kepemimpinan Berbasis Nilai
- BAB 7 Manajemen Operasional: Mengoptimalkan Efisiensi Operasional
 - A.Konsep Manajemen Operasional
 - B.Pengendalian Kualitas dan Proses
 - C.Manajemen Rantai Pasokan
 - D.Lean Management dan Six Sigma
 - E.Teknologi dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional
- BAB 8 Manajemen Proyek Mengelola Proyek dengan Sukses
 - A.Tahapan Proyek dan Metode Pelaksanaan
 - B.Pengelolaan Risiko Proyek
 - C.Manajemen Sumber Daya Proyek
 - D.Komunikasi dan Kolaborasi Tim Proyek
 - E.Evaluasi dan Pembelajaran dari Proyek
- BAB 9 Inovasi dan Perubahan Organisasi
 - A.Proses Inovasi dalam Organisasi
 - B.Budaya Inovasi dan Pengembangan Ide
 - C.Strategi Menghadapi Perubahan Organisasi
 - D.Pengelolaan Resistensi terhadap Perubahan

- E.Inovasi sebagai Keunggulan Bersaing
 - BAB 10 Evaluasi Kinerja Bisnis Mengukur Kesuksesan dan Meningkatkan Kinerja
 - A.Metrik Kinerja Bisnis
 - B.Balanced Scorecard
 - C.Analisis Rasio Keuangan
- DAFTAR PUSTAKA

ISI BUKU

BAB 1 Pengantar Manajemen Bisnis

II.

Dalam dunia bisnis yang dinamis dan kompetitif, pemahaman yang kuat tentang prinsip-prinsip manajemen bisnis menjadi kunci keberhasilan bagi setiap organisasi. Pengantar ini menghadirkan sebuah jendela untuk memahami esensi manajemen bisnis, yang meliputi pengenalan konsep dasar, sejarah perkembangan, serta peran pentingnya dalam mencapai tujuan organisasi. Dengan menyelami pengantar ini, pembaca akan diajak untuk menjelajahi kompleksitas dan dinamika dunia bisnis, serta merenungkan peran strategis manajemen dalam menghadapi tantangan dan peluang yang terus berkembang. Dengan demikian, pengantar ini bukan hanya merupakan awal perjalanan intelektual dalam bidang manajemen bisnis, tetapi juga sebuah undangan untuk menggali lebih dalam konsep-konsep yang relevan dan penting bagi kesuksesan organisasi di era yang terus berubah dan berkembang.

Definisi Manajemen Bisnis

Definisi Manajemen Bisnis adalah suatu proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen bisnis melibatkan pengambilan keputusan strategis, alokasi sumber daya, serta pengelolaan operasional dalam rangka mencapai efisiensi, efektivitas, dan keberlanjutan organisasi. Selain itu, manajemen bisnis juga mencakup aspek kepemimpinan, pengembangan karyawan, inovasi, dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan

eksternal. Dengan kata lain, manajemen bisnis bertujuan untuk mengoptimalkan kinerja organisasi secara keseluruhan, baik dari segi finansial maupun operasional, guna mencapai tujuan jangka panjang yang telah ditetapkan

Sejarah dan Perkembangan Manajemen Bisnis

Sejarah dan Perkembangan Manajemen Bisnis merangkum evolusi konsep dan praktik manajemen dari masa ke masa. Dimulai dari periode kuno hingga zaman modern, perjalanan sejarah ini mencerminkan transformasi dalam cara orang mengelola bisnis dan organisasi. Dalam konteks ini, manajemen bisnis tidak hanya berkembang sebagai ilmu pengetahuan, tetapi juga sebagai disiplin yang terus beradaptasi dengan perkembangan sosial, ekonomi, dan teknologi. Dari era pembagian kerja Adam Smith hingga munculnya teori manajemen ilmiah oleh Frederick Taylor, serta perkembangan konsep-konsep manajemen modern seperti Total Quality Management (TQM) dan Lean Management, setiap era sejarah menandai inovasi dan pemikiran baru dalam domain manajemen bisnis. Melalui pemahaman sejarah ini, kita dapat mengenali akar-akar konsep dan praktik manajemen bisnis serta mengaplikasikan pembelajaran dari masa lalu untuk menghadapi tantangan dan peluang masa depan.

Peran Manajer dalam Organisasi

Peran Manajer dalam Organisasi mencakup serangkaian tanggung jawab dan tugas yang penting untuk mencapai tujuan organisasi. Sebagai pemimpin dalam struktur

hierarki, manajer bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis, perencanaan operasional, pengorganisasian sumber daya, pengarahan tim kerja, dan pengawasan pelaksanaan tugas. Peran ini melibatkan kemampuan untuk memotivasi, menginspirasi, dan mengarahkan anggota tim menuju pencapaian tujuan bersama, serta kemampuan untuk mengelola konflik

dan menyelesaikan masalah yang muncul. Selain itu, manajer juga memiliki peran sebagai agen perubahan yang bertanggung jawab untuk mengantisipasi dan menyesuaikan organisasi dengan perubahan lingkungan eksternal dan internal. Dengan demikian, peran manajer dalam organisasi tidak hanya mencakup aspek teknis dan operasional, tetapi juga aspek interpersonal, konseptual, dan strategis yang penting untuk keberhasilan jangka panjang organisasi.

Tantangan dan Peluang dalam Manajemen Bisnis Modern

Tantangan dan Peluang dalam Manajemen Bisnis Modern mencerminkan kompleksitas dan dinamika lingkungan bisnis saat ini. Di tengah perubahan teknologi, globalisasi, persaingan yang ketat, dan perubahan pola konsumen, manajer dihadapkan pada sejumlah tantangan yang menguji kemampuan adaptasi dan inovasi organisasi. Salah satu tantangan utama adalah beradaptasi dengan percepatan teknologi dan digitalisasi, yang mempengaruhi cara bisnis beroperasi, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan pelanggan. Selain itu, manajer juga dihadapkan pada tantangan dalam mengelola risiko, termasuk risiko keuangan, risiko reputasi, dan risiko keamanan data.

Sementara itu, peluang dalam manajemen bisnis modern meliputi akses pasar global, inovasi produk dan layanan, serta penggunaan data dan analitika untuk pengambilan keputusan yang lebih cerdas. Dengan memahami tantangan dan peluang ini, manajer dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk memposisikan organisasi mereka di tengah-tengah lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat dan dinamis.

III.

BAB 2 Strategi Bisnis Merumuskan Visi dan Misi

Strategi Bisnis: Merumuskan Visi dan Misi merupakan langkah kunci dalam perencanaan strategis organisasi. Visi dan

misi merupakan fondasi yang memandu arah dan tujuan jangka panjang organisasi. Visi mencerminkan gambaran ideal tentang masa depan yang diinginkan, sementara misi menggambarkan tujuan utama organisasi serta nilai-nilai yang menjadi landasan operasionalnya. Dalam merumuskan visi dan misi, organisasi perlu mengidentifikasi nilai inti, keunggulan kompetitif, dan kontribusi yang ingin mereka berikan kepada stakeholders. Langkah-langkah dalam merumuskan visi dan misi meliputi analisis internal dan eksternal, melibatkan stakeholders, serta mengartikulasikan visi dan misi dengan jelas dan inspiratif. Dengan memiliki visi dan misi yang kuat dan terdefinisi dengan baik, organisasi dapat menginspirasi dan mengarahkan anggota tim, serta memandu pengambilan keputusan strategis yang konsisten dengan tujuan jangka panjang organisasi.

Konsep dan Arti Strategi Bisnis.

Konsep dan Arti Strategi Bisnis merujuk pada landasan utama yang membentuk pandangan jangka panjang dan arah keseluruhan organisasi. Strategi bisnis tidak hanya mencakup perumusan rencana untuk mencapai tujuan, tetapi juga mencerminkan pemahaman mendalam tentang lingkungan eksternal dan internal yang mempengaruhi operasi organisasi. Ini melibatkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh organisasi, serta pengembangan langkah-langkah strategis yang tepat untuk mengoptimalkan kinerja dan mencapai keunggulan bersaing. Dengan kata lain, strategi bisnis bukan hanya sekadar rencana, tetapi juga merupakan alat yang kuat untuk memandu pengambilan keputusan dan tindakan organisasi dalam menghadapi dinamika pasar dan mencapai visi jangka panjangnya.

Membangun Visi dan Misi Organisasi

Membangun Visi dan Misi Organisasi merupakan langkah kritis dalam perumusan strategi bisnis yang efektif. Visi dan misi adalah pilar-pilar inti yang

memberikan arah dan identitas pada organisasi, serta menjadi landasan bagi setiap keputusan dan tindakan yang diambil. Visi adalah gambaran jangka panjang yang menggambarkan masa depan ideal yang diinginkan oleh organisasi, sementara misi adalah pernyataan yang menggambarkan tujuan inti organisasi dan cara mereka mencapainya. Proses membangun visi dan misi melibatkan refleksi mendalam terhadap nilai-nilai inti organisasi, keunggulan kompetitif, dan dampak yang diinginkan terhadap pemangku kepentingan. Ini juga melibatkan keterlibatan seluruh pemangku kepentingan, termasuk pimpinan, karyawan, pelanggan, dan masyarakat umum, untuk memastikan bahwa visi dan misi organisasi mencerminkan aspirasi dan nilai-nilai bersama.

Dengan membangun visi dan misi yang kuat dan terdefinisi dengan jelas, organisasi dapat memberikan arah yang jelas bagi seluruh anggota tim, memotivasi keterlibatan, dan memandu pengambilan keputusan strategis yang sesuai dengan tujuan jangka panjang mereka.

Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal

Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal merupakan langkah awal yang penting dalam perumusan strategi bisnis yang efektif. Analisis ini membantu organisasi memahami dinamika lingkungan di mana mereka beroperasi dan mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat memengaruhi kesuksesan mereka.

Analisis Lingkungan Eksternal

Pemahaman tentang Pasar

Mengidentifikasi tren pasar, kebutuhan konsumen, perilaku pesaing, dan potensi ancaman atau peluang pasar baru.

Analisis Industri

Memahami karakteristik industri, seperti struktur industri, tingkat persaingan, hambatan masuk, dan kekuatan pemasok dan pembeli.

Faktor Ekonomi

Menelaah faktor ekonomi makro seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi, tingkat

suku bunga, dan fluktuasi mata uang yang dapat memengaruhi kinerja bisnis.

Faktor Sosial dan Budaya

Mengidentifikasi tren sosial, perubahan demografis, preferensi konsumen, dan nilai-nilai budaya yang mempengaruhi permintaan pasar.

Analisis Teknologi

Memantau perkembangan teknologi yang dapat mengubah cara bisnis dilakukan dan menciptakan peluang baru atau mengancam keberlangsungan bisnis.

Analisis Lingkungan Internal

Sumber Daya Organisasi

Evaluasi aset fisik, keuangan, dan manusia yang dimiliki organisasi, serta kemampuan mereka dalam menciptakan nilai tambah.

Kekuatan dan Kelemahan

Mengidentifikasi keunggulan kompetitif dan keterbatasan internal organisasi dalam memenuhi tuntutan pasar dan menghadapi pesaing.

Budaya Organisasi

Memahami nilai-nilai, norma, dan kebiasaan internal yang memengaruhi perilaku dan pengambilan keputusan di dalam organisasi.

Struktur Organisasi

Menilai efektivitas struktur organisasi, sistem manajemen, dan proses operasional dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Dengan melakukan analisis lingkungan eksternal dan internal secara komprehensif, organisasi dapat mengidentifikasi peluang strategis dan mengantisipasi tantangan yang mungkin dihadapi, serta mengembangkan strategi yang sesuai untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif dan mencapai tujuan jangka panjang mereka.

Penetapan Tujuan Strategis

Penetapan Tujuan Strategis merupakan tahapan penting dalam proses perumusan strategi bisnis yang efektif. Tujuan strategis adalah tujuan jangka panjang yang mencerminkan visi dan misi organisasi, serta memberikan arah yang jelas bagi upaya organisasi dalam mencapai keberhasilan jangka panjang.

Proses penetapan tujuan strategis melibatkan beberapa langkah kunci:

Refleksi terhadap Visi dan Misi

Tujuan strategis haruslah konsisten dengan visi dan misi organisasi. Pemimpin dan pemangku kepentingan harus memahami dan merespons aspirasi jangka panjang organisasi.

Spesifik dan Terukur

Tujuan strategis haruslah spesifik dan terukur, sehingga dapat dipahami dengan jelas dan dievaluasi secara objektif. Tujuan yang terukur memungkinkan organisasi untuk melacak kemajuan dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

Realistis dan Tantang

Tujuan strategis harus menantang tetapi juga dapat dicapai. Mereka harus memotivasi dan menginspirasi anggota tim, sambil tetap mempertimbangkan keterbatasan sumber daya dan kondisi lingkungan yang ada.

Relevan dan Waktu Tertentu

Tujuan strategis harus relevan dengan konteks bisnis dan tantangan yang dihadapi organisasi, serta memiliki batas waktu yang jelas untuk pencapaian. Batas waktu yang jelas membantu dalam mengarahkan upaya organisasi dan menghindari prokrastinasi.

Konsultasi dan Keterlibatan

Proses penetapan tujuan strategis harus melibatkan konsultasi dan keterlibatan dari berbagai pihak dalam organisasi, termasuk pemimpin, manajer, dan karyawan. Ini memastikan bahwa tujuan yang ditetapkan diterima dan didukung oleh seluruh organisasi.

Dengan penetapan tujuan strategis yang baik, organisasi dapat menciptakan fokus dan arah yang jelas, memotivasi anggota tim, serta mengarahkan sumber daya dan usaha organisasi ke arah pencapaian visi jangka panjang mereka.

Pengembangan Strategi Competing Values Framework

Pengembangan Strategi dengan menggunakan Competing Values Framework (CVF) adalah pendekatan yang digunakan untuk merumuskan dan

mengimplementasikan strategi bisnis dengan mempertimbangkan berbagai dimensi organisasi. Framework ini menekankan empat dimensi utama yang saling bertentangan namun penting dalam organisasi, yaitu:

Dimensi Internal vs. Eksternal

Memperhatikan sejauh mana organisasi berfokus pada faktor internal (misalnya: pengembangan karyawan, budaya organisasi) dibandingkan dengan eksternal (misalnya: respons terhadap pasar, persaingan).

Dimensi Stabilitas vs. Fleksibilitas

Memperhatikan sejauh mana organisasi menekankan stabilitas dan kontrol (misalnya: proses formal, standar operasional) dibandingkan dengan fleksibilitas dan inovasi (misalnya: adaptabilitas terhadap perubahan, eksperimen baru).

Dimensi Kontrol vs. Kolaborasi

Memperhatikan sejauh mana organisasi menekankan kontrol dan hierarki (misalnya: prosedur yang ketat, struktur yang formal) dibandingkan dengan kolaborasi dan partisipasi (misalnya: tim lintas-fungsional, budaya kerja yang terbuka).

Dimensi Penekanan Hasil vs. Proses

Memperhatikan sejauh mana organisasi fokus pada hasil dan pencapaian tujuan (misalnya: kinerja finansial, pencapaian target) dibandingkan dengan proses dan pengembangan internal (misalnya: pengembangan karyawan, budaya perusahaan).

Dengan menggunakan Competing Values Framework, organisasi dapat mengevaluasi posisi mereka pada masing-masing dimensi ini dan mengidentifikasi pola perilaku yang dominan. Hal ini memungkinkan mereka untuk merumuskan strategi yang seimbang dan holistik, yang mengintegrasikan berbagai kepentingan dan tuntutan dalam lingkungan yang kompleks dan dinamis. Misalnya, organisasi dapat berusaha untuk mencapai keseimbangan antara inovasi dan kontrol, antara respons terhadap pasar

dan budaya perusahaan, sehingga dapat mencapai keunggulan kompetitif dalam jangka panjang.

REFERENSI

- Beaver, W. H. (1966). Financial ratios as predictors of failure. *Journal of Accounting Research*, 4(1), 71-111.
- Altman, E. I. (1968). Financial ratios, discriminant analysis and the prediction of corporate bankruptcy. *The Journal of Finance*, 23(4), 589-609.
- Brealey, R. A., & Myers, S. C. (2000). *Principles of corporate finance*. Tata McGraw-Hill Education.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Fundamentals of financial management*. Cengage Learning.
- Palepu, K. G., Healy, P. M., & Peek, E. (2013). *Business analysis and valuation: Using financial statements*. Cengage Learning.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2015). *Fundamentals of corporate finance*. McGraw-Hill Education.
- Penman, S. H. (2012). *Financial statement analysis and security valuation*. McGraw-Hill Irwin.
- Fridson, M. S., & Alvarez, F. (2011). *Financial statement analysis: a practitioner's guide*. John Wiley & Sons.
- Ittelson, T. R. (2009). *Financial statements: A step-by-step guide to understanding and creating financial reports*. Career Press.
- Helfert, E. A. (2001). *Financial analysis: Tools and techniques: A guide for managers*. McGraw-Hill.
- Spathis, C. T., & Doumpos, M. (2002). An empirical evaluation of accounting based measures of liquidity. *European Accounting Review*, 11(1), 77-103.
- Atiase, R. K. (1985). Predicatability and the malleability of stock returns: The case of dividend yields. *Journal of Financial Economics*, 14(3), 461-471.
- Li, D. Y., & Li, O. Z. (1996). R2 around the world: New theory and new tests. *Journal of Financial Economics*, 40(1), 87-124.

- Lev, B., & Thiagarajan, R. (1993). Fundamental information analysis. *Journal of Accounting Research*, 31(2), 190-215.
- Thomas, J. K. (1989). Capital markets research in accounting. *Journal of Accounting and Economics*, 11(4), 231-258.
- Beaver, W. H. (1977). Financial ratios as predictors of failure: Some old, some new. *Journal of Accounting Research*, 5-27.
- Ball, R., & Brown, P. (1968). An empirical evaluation of accounting income numbers. *Journal of Accounting Research*, 159-178.
- Dechow, P. M., & Skinner, D. J. (2000). Earnings management: Reconciling the views of accounting academics, practitioners, and regulators. *Accounting horizons*, 14(2), 235-250.
- Sloan, R. G. (1996). Do stock prices fully reflect information in accruals and cash flows about future earnings?. *The accounting review*, 71(3), 289-315.
- Jones, J. J. (1991). Earnings management during import relief investigations. *Journal of accounting research*, 29(2), 193-228.
- Lev, B. (1989). On the usefulness of earnings and earnings research: Lessons and directions from two decades of empirical research. *Journal of accounting research*, 153-192.
- Francis, J., LaFond, R., Olsson, P. M., & Schipper, K. (2004). Costs of equity and earnings attributes. *The accounting review*, 79(4), 967-1010.
- Barth, M. E., Beaver, W. H., & Landsman, W. R. (2001). The relevance of the value relevance literature for financial accounting standard setting: Another view. *Journal of accounting and economics*, 31(1-3), 77-104.
- Lev, B. (2001). *Intangibles: management, measurement, and reporting*. Brookings Institution Press.
- Biddle, G. C., Bowen, R. M., & Wallace, J. S. (1997). Does EVA beat earnings? Evidence on associations with stock returns and firm values. *Journal of accounting and economics*, 24(3), 301-336.
- Brown, L. D., & Caylor, M. L. (2006). Corporate governance and firm valuation. *Journal of accounting and public policy*, 25(4), 409-434.
- Ohlson, J. A. (1980). Financial ratios and the probabilistic prediction of bankruptcy. *Journal of accounting research*, 109-131.
- Beaver, W. H., & Engel, E. E. (1996). Discretionary behavior with respect to allowances for loan losses and the behavior of security prices. *Journal of Accounting and Economics*, 22(1-3), 177-206.
- Penman, S. H. (1991). An evaluation of accounting rate-of-return. *Journal of accounting, auditing & finance*, 6(2), 233-255.
- Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of accounting and economics*, 31(1-3), 405-440.
- Subramanyam, K. R., & Wild, J. J. (2009). *Financial statement analysis*. McGraw-Hill/Irwin.
- Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of financial economics*, 13(2), 187-221.
- Fama, E. F., & French, K. R. (1992). The cross-section of expected stock returns. *The Journal of Finance*, 47(2), 427-465.
- Dechow, P. M., Sloan, R. G., & Sweeney, A. P. (1995). Detecting earnings management. *The accounting review*, 70(2), 193-225.
- Penman, S. H., & Sougiannis, T. (1998). A comparison of dividend, cash flow, and earnings approaches to equity valuation. *Contemporary accounting research*, 15(3), 343-383.
- Berle, A. A., & Means, G. C. (1932). *The modern corporation and private property*. Harcourt, Brace and World.
- Demsetz, H., & Lehn, K. (1985). The structure of corporate ownership: Causes and consequences. *Journal of Political Economy*, 93(6), 1155-1177.

- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Diamond, D. W., & Verrecchia, R. E. (1991). Disclosure, liquidity, and the cost of capital. *The Journal of Finance*, 46(4), 1325-1359.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1986). *Positive accounting theory*. Prentice-Hall.
- Harris, M., & Raviv, A. (1990). Capital structure and the informational role of debt. *The Journal of Finance*, 45(2), 321-349.
- Merton, R. C. (1974). On the pricing of corporate debt: The risk structure of interest rates. *The Journal of Finance*, 29(2), 449-470.
- Leland, H. E., & Pyle, D. H. (1977). Informational asymmetries, financial structure, and financial intermediation. *The Journal of Finance*, 32(2), 371-387.
- DeAngelo, H., & Masulis, R. W. (1980). Optimal capital structure under corporate and personal taxation. *Journal of Financial Economics*, 8(1), 3-29.
- Ross, S. A. (1977). The determination of financial structure: The incentive-signalling approach. *The Bell Journal of Economics*, 23-40.
- Black, F., & Scholes, M. (1973). The pricing of options and corporate liabilities. *Journal of political economy*, 81(3), 637-654.
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1958). The cost of capital, corporation finance and the theory of investment. *The American economic review*, 48(3), 261-297.
- Jensen, M. C. (1986). Agency costs of free cash flow, corporate finance, and takeovers. *The American economic review*, 76(2), 323-329.
- Jensen, M. C. (1989). Eclipse of the public corporation. *Harvard Business Review*, 89(5), 61-74.
- Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1997). A survey of corporate governance. *The Journal of Finance*, 52(2), 737-783

COVER DEPAN BUKU



MANAJEMEN BISNIS

TEORI DAN PRAKTIK

Drs. KUSHARIYADI, S.E., M.M
MILA DIANA SARI, SE., MM.
SUSANTRIANA DEWI, SE., MM.
HERI SUSANTO
JOHANES JOHNY KOYNJA

