# BUSINESS PERFORMANCE EXCELLENCE

## Peran Pemasaran, Sumber Daya Manusia, dan Sistem Akuntansi dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi


**PENULIS:**

**Masirun**
**Reni Farwitawati**
**Zulia Khairani**
**Efrita Soviyanti**
**Arini**

**Editor: M. Qaimul Adel El Hakiemy**



UNILAK PRESS

**BUSINESS PERFORMANCE EXCELLENCE: Peran Pemasaran, Sumber Daya Manusia, dan Sistem Akuntansi dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi**
**Copyright ©2026**

Penulis: Masirun, Reni Farwitawati, Zulia Khairani, Efrita Soviyanti, Arini
Editor: M. Qaimul Adel El Hakiemy
Desain Cover: Aprilia Milanda Putri
Desain Isi: Reni Farwitawati

Cetakan pertama, Januari 2026
vii, 201 halaman ; 23,5 cm
ISBN: -

Penerbit:

**Unilak Press**
Jalan Yos Sudarso Km. 08 Rumbai, Pekanbaru.
WhatshApp: 0853-7869-2035
Email: unilakpress@unilak.ac.id
Homepage: https://press.unilak.ac.id

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang.
Dilarang memperbanyak sebagian atas seluruh isi buku ini tanpa izin penulis dan penerbit.

# KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga buku yang berjudul **"BUSINESS PERFORMANCE EXCELLENCE: Peran Pemasaran, Sumber Daya Manusia, dan Sistem Akuntansi Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi"** ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai kontribusi akademik dan praktis dalam memahami dinamika pengelolaan organisasi modern yang semakin kompleks dan kompetitif. Perkembangan lingkungan bisnis yang pesat, ditandai oleh globalisasi, kemajuan teknologi digital, dan perubahan perilaku pasar, menuntut organisasi untuk tidak lagi mengelola fungsi bisnis secara terpisah. Oleh karena itu, integrasi pemasaran, manajemen sumber daya manusia, dan akuntansi menjadi pendekatan strategis yang sangat penting dalam penciptaan nilai dan peningkatan kinerja organisasi.

Buku ini disusun dengan pendekatan konseptual dan aplikatif yang sistematis. Pembahasan diawali dengan konsep dasar kinerja organisasi dan peran strategis pemasaran, MSDM, serta sistem akuntansi, kemudian dilanjutkan dengan integrasi lintas fungsi dalam konteks pengukuran kinerja, sistem pengendalian manajemen, dan transformasi digital. Pada bagian akhir, buku ini dilengkapi dengan studi kasus implementasi integrasi strategi bisnis yang memberikan gambaran nyata penerapan konsep dalam praktik organisasi. Struktur penyajian tersebut diharapkan dapat membantu pembaca memahami keterkaitan antara teori dan aplikasi secara utuh.

Buku ini ditujukan bagi mahasiswa program sarjana dan pascasarjana, dosen, peneliti, serta praktisi manajemen yang ingin memperdalam pemahaman mengenai integrasi fungsi bisnis dalam meningkatkan kinerja organisasi. Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan dan memerlukan penyempurnaan, sehingga saran dan masukan yang konstruktif sangat diharapkan. Akhir kata, penulis berharap buku ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu manajemen serta praktik pengelolaan organisasi di era yang terus berubah, serta menjadi referensi yang bermanfaat dan inspiratif bagi para pembaca.

Pekanbaru, Januari 2026

**Penulis**

# DAFTAR ISI


KATA PENGANTAR ..... iv
DAFTAR ISI ..... v
**BAB 1 Pendahuluan** ..... 1
1.1. Latar Belakang Integrasi Fungsi Bisnis ..... 1
1.2. Tantangan Kinerja Organisasi di Era Kompetitif ..... 3
1.3. Peran Strategis Pemasaran, MSDM, dan Akuntansi ..... 5
1.4. Permasalahan Utama dalam Pengelolaan Kinerja ..... 8
1.5. Kesenjangan Teoritik Dan Praktik Dalam Pengukuran Kinerja ..... 10
1.6. Urgensi Penguatan Sistem Terintegrasi Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing ..... 13

**BAB 2 Konsep Dasar Kinerja Organisasi** ..... 16
2.1. Definisi dan Dimensi Kinerja Organisasi ..... 16
2.2. Indikator Kinerja: Operasional, Finansial, dan Nonfinansial. 18
2.3. Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Kinerja .. 21
2.4. Kerangka Manajemen Kinerja Bisnis ..... 26
2.5. Tantangan Pengukuran Kinerja di Organisasi Modern ..... 30

**BAB 3 Strategi Bisnis dan Penciptaan Nilai** ..... 33
3.1. Pengertian dan Jenis Strategi Bisnis ..... 33
3.2. Proses Formulasi dan Implementasi Strategi ..... 36
3.3. Competitive Advantage dan Value Proposition ..... 40
3.4. Peran Integrasi Fungsi Bisnis dalam Strategi ..... 43
3.5. Strategi Bisnis Berbasis Data dan Teknologi ..... 46

**BAB 4 Peran Pemasaran dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis** ..... 50
4.1. Konsep Nilai Pelanggan dan Orientasi Pasar ..... 50
4.2. Strategi Pemasaran untuk Pertumbuhan Bisnis ..... 54
4.3. Customer Relationship Management (CRM) ..... 57
4.4. Digital Marketing dan Transformasi Bisnis ..... 61
4.5. Dampak Aktivitas Pemasaran terhadap Kinerja Organisasi ... 64

**BAB 5 Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dalam Organisasi Modern** ..... 68
5.1. SDM sebagai Aset Strategis ..... 68
5.2. Perencanaan, Rekrutmen, dan Seleksi SDM ..... 70
5.3. Pengembangan Kompetensi dan Pelatihan ..... 74
5.4. Sistem Penilaian dan Manajemen Kinerja Individu ..... 76
5.5. Peran MSDM dalam Meningkatkan Produktivitas dan Engagement ..... 79

**BAB 6 Sistem Akuntansi Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan** ..... 83
6.1. Fungsi Laporan dan Informasi Akuntansi ..... 83
6.2. Sistem Informasi Akuntansi dan Kontrol Manajerial ..... 86
6.3. Akuntansi Manajemen dan Pengukuran Biaya ..... 89
6.4. Penganggaran sebagai Alat Perencanaan dan Pengawasan .... 92
6.5. Peran Informasi Akuntansi dalam Evaluasi Strategi ..... 94

**BAB 7 Integrasi Pemasaran dan MSDM** ..... 98
7.1. Keterhubungan Strategi Pemasaran dan Kompetensi SDM ... 98
7.2. Peran SDM dalam Peningkatan Kualitas Layanan ..... 101
7.3. Budaya Organisasi dan Orientasi Pelanggan ..... 103
7.4. Empowerment dalam Mendukung Keberhasilan Pemasaran. 106
7.5. Kolaborasi Unit Pemasaran dan HR untuk Kinerja Optimal . 109

**BAB 8 Integrasi Pemasaran dan Akuntansi** ..... 113
8.1. Pentingnya Informasi Keuangan dalam Keputusan Pemasaran ..... 113
8.2. Marketing Performance Metrics dan ROI Pemasaran ..... 116
8.3. Customer Lifetime Value (CLV) dan Pengukuran Profitabilitas ..... 118
8.4. Penganggaran Pemasaran dan Efisiensi Pengeluaran ..... 121
8.5. Akuntansi Manajemen sebagai Pendukung Strategi Pemasaran ..... 124

**BAB 9 Integrasi MSDM dan Akuntansi** ..... 127
9.1. Human Capital Measurement dalam Sistem Akuntansi ..... 127
9.2. Pengukuran Biaya SDM dan Produktivitas ..... 130
9.3. HR Scorecard dan Keterkaitannya dengan Kinerja Organisasi ..... 132
9.4. Sistem Kompensasi dan Reward Berbasis Kinerja ..... 135
9.5. Peran Akuntansi dalam Pengembangan Talenta dan Perencanaan SDM ..... 138

**BAB 10 Integrasi Pemasaran, MSDM, dan Akuntansi** ..... 141
10.1. Konsep dan Model Integrasi Tiga Fungsi Bisnis ..... 141
10.2. Kolaborasi Strategis untuk Keunggulan Kompetitif ..... 144
10.3. Integrasi Data untuk Pengambilan Keputusan yang Akurat 146
10.4. Peran Sinergi Lintas Fungsi dalam Penciptaan Nilai ..... 149
10.5. Tantangan Implementasi Integrasi di Organisasi ..... 152

**BAB 11 Pengukuran Kinerja Terintegrasi** ..... 156
11.1. Pendekatan Balanced Scorecard ..... 156
11.2. Pengukuran Kinerja Berbasis Value Creation ..... 158
11.3. Integrasi KPI Pemasaran, SDM, dan Akuntansi ..... 161
11.4. Dashboard dan Sistem Informasi Kinerja ..... 164

11.5. Model Evaluasi Kinerja Organisasi Terpadu..... 167

**BAB 12 Sistem Pengendalian Manajemen** ..... 170
12.1. Konsep Dasar Sistem Pengendalian Manajemen (MCS)..... 170
12.2. Enabling Control dan Coercive Control..... 172
12.3. Pengendalian Kinerja pada Fungsi Pemasaran, SDM, dan Akuntansi ..... 175
12.4. Pengendalian Strategis dalam Organisasi ..... 178
12.5. Peran Teknologi dalam Sistem Pengendalian Modern..... 181

**BAB 13 Transformasi Digital dan Integrasi Fungsi Bisnis** ..... 184
13.1. Digitalisasi Pemasaran, HR, dan Akuntansi..... 184
13.2. Business Intelligence dan Analitik dalam Kinerja Organisasi 186
13.3. Peran Big Data dalam Pengambilan Keputusan..... 189
13.4. Tantangan Transformasi Digital di Organisasi..... 192
15.1. Masa Depan Integrasi Fungsi Bisnis di Era Digital ..... 194

DAFTAR REFERENSI
BIODATA PENULIS