



# *Manajemen* **KONSEP TEORI & PRAKTEK**

Tim Penulis:

Jeni Irnawati, Novia Ruth Silaen, Mulawarman Awaloedin & Dipa Teruna Awaludin,  
Fandra Dikhi Januardani, Dearma Sariyani Sinaga, Erlina Puspitaloka Mahadewi,  
Irdha Yusra, Madya Ahdiyati, Acai Sudirman, Chairani Putri Pratiwi,  
Helin Garlinia Yudawisastra, Anggi Putri Aria Gita.

# *Manajemen* **KONSEP TEORI & PRAKTEK**

Tim Penulis:

Jeni Inawati, Novia Ruth Silaen, Mulawarman Awaloedin & Dipa Teruna Awaludin,  
Fandra Dikhi Januardani, Dearma Sariyani Sinaga, Erlina Puspitaloka Mahadewi,  
Irdha Yusra, Madya Ahdiyati, Acai Sudirman, Chairani Putri Pratiwi,  
Helin Garlinia Yudawisastra, Anggi Putri Aria Gita.



# MANAJEMEN KONSEP TEORI DAN PRAKTEK

Tim Penulis:

Jeni Irnawati, Novia Ruth Silaen, Mulawarman Awaloedin & Dipa Teruna Awaludin,  
Fandra Dikhi Januardani, Dearma Sariyani Sinaga, Erlina Puspitaloka Mahadewi,  
Irdha Yusra, Madya Ahdiyati, Acai Sudirman, Chairani Putri Pratiwi,  
Helin Garlinia Yudawisastra, Anggi Putri Aria Gita.

Desain Cover:  
**Helmaria Ulfa**

Sumber Ilustrasi:  
[www.freepik.com](http://www.freepik.com)

Tata Letak:  
**Handarini Rohana**

Editor:  
**Aas Masruroh**

ISBN:  
**978-623-459-782-0**

Cetakan Pertama:  
**November, 2023**

---

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang  
by Penerbit Widina Media Utama

---

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT:**

**WIDINA MEDIA UTAMA**

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas  
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

**Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020**

Website: [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)

Instagram: @penerbitwidina

Telepon (022) 87355370

## Kata Pengantar

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucapkan rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang Manajemen Konsep Teori Dan Praktek telah selesai di susun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan Manajemen Konsep Teori Dan Praktek.

Buku ini merupakan salah satu wujud perhatian penulis terhadap Manajemen Konsep Teori Dan Praktek. Perkembangan Manajemen memiliki sejarah yang tidak jauh berbeda dengan perkembangan manusia, maksudnya adalah manajemen ada semenjak manusia ada di bumi ini dan berkembang seiring berjalannya waktu dengan menyesuaikan kebutuhan hidup sesuai zamannya. Contohnya pada saat zaman purba (zaman batu), dimana manusia menggunakan batu sebagai alat dasar untuk pembuatan alat-alat untuk digunakan dalam kehidupannya yang tentunya membutuhkan keterampilan serta keahlian dalam membuatnya. Sedangkan dalam perkembangan saat ini dengan adanya ilmu pengetahuan dan teknologi, manusia juga menggunakan IPTEK untuk mencapai tujuan hidupnya, begitu juga ilmu manajemen yang berkembang sesuai dengan zamannya.

Manajemen sangat penting dipelajari dalam kehidupan sehari-hari karena dengan mempelajarinya akan memudahkan manusia dalam menjalankan pekerjaannya. Alasan utama perlunya manajemen adalah untuk bisa mencapai tujuan, menjaga keseimbangan antara tujuan terutama tujuan yang tidak sejalan dan untuk tercapainya efisiensi serta efektifitas karena keberhasilan suatu pekerjaan atau kegiatan dapat dilihat dari manajemennya. Manajemen yang baik dan teratur akan menghasilkan pekerjaan yang baik dan bisa meningkatkan tingkat keberhasilan. Perkembangan manajemen telah dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk perubahan dalam teknologi, globalisasi, dan semakin pentingnya industri berbasis pengetahuan. Secara singkat, pengembangan

manajemen telah menjadi proses yang panjang dan kompleks yang telah dibentuk oleh berbagai faktor sejarah, sosial, dan ekonomi.

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan “tiada gading yang tidak retak” dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

November, 2023

Penulis

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>BAB 1 PENGANTAR STUDI MANAJEMEN</b> .....	<b>1</b>
A. Pendahuluan .....	2
B. Pengantar Studi Manajemen .....	3
C. Filsafat Ilmu Manajemen .....	3
D. Sejarah Perkembangan Manajemen .....	5
E. Tokoh-Tokoh Penting Dalam Sejarah Perkembangan Manajemen .....	8
F. Manajemen Sebagai Ilmu dan Seni .....	8
G. Rangkuman Materi .....	10
<b>BAB 2 FUNGSI-FUNGSI MANAJEMEN</b> .....	<b>13</b>
A. Pendahuluan .....	13
B. Pengertian Fungsi Manajemen .....	15
C. Rangkuman Materi .....	26
<b>BAB 3 ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM MANAJEMEN</b> .....	<b>29</b>
A. Pendahuluan .....	29
B. Kajian Literatur .....	33
C. Aspek Etika Dan Moral Dari Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (Ai) .....	37
D. Perkembangan Manajemen CSR dan Etika Bisnis .....	42
E. Aplikasi .....	43
F. Rangkuman Materi .....	45
<b>BAB 4 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA</b> .....	<b>53</b>
A. Pendahuluan .....	54
B. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) .....	55
C. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) .....	57
D. Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) .....	58
E. Kebijakan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) .....	60
F. Pendekatan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) .....	60
G. Tantangan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) .....	61
H. Isu-Isu Pokok Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) .....	65
I. Rangkuman Materi .....	66

<b>BAB 5 MANAJEMEN OPERASIONAL .....</b>	<b>69</b>
A. Pendahuluan.....	70
B. Operasional .....	71
C. Pengertian Manajemen Operasional.....	72
D. Sejarah Lahirnya Konsep Manajemen Operasional.....	74
E. Peran dan Fungsi Manajemen Operasi.....	75
F. Manfaat Manajemen Operasional .....	77
G. Tujuan Manajemen Operasional .....	78
H. Ciri-Ciri Manajemen Operasional .....	78
I. Ruang Lingkup Manajemen Operasional.....	79
J. Pengambilan Keputusan Manajemen Operasional .....	82
K. Strategi Manajemen Operasional.....	83
L. Pentingnya Manajemen Operasional Bagi Perusahaan .....	84
M. Karakteristik Manajemen Operasional.....	85
N. Beberapa Bidang Kegiatan Yang Memerlukan Keahlian Manajemen Operasional .....	88
O. Rangkuman Materi .....	87
<b>BAB 6 STRATEGI PEMASARAN .....</b>	<b>91</b>
A. Pendahuluan.....	91
B. Pengertian Strategi Pemasaran dan Pemasaran .....	93
C. Langkah – Langkah Strategi Pemasaran .....	96
D. Konsep Strategi Pemasaran.....	98
E. Bauran Pemasaran.....	102
F. Rangkuman Materi .....	112
<b>BAB 7 MANAJEMEN KEUANGAN .....</b>	<b>119</b>
A. Pendahuluan.....	120
B. Evolusi Teori Manajemen Keuangan .....	122
C. Transformasi Manajemen Keuangan Dalam Era Digital .....	127
D. Globalisasi dan Manajemen Keuangan di Perusahaan Multinasional .....	132
E. Rangkuman Materi .....	135
<b>BAB 8 MANAJEMEN INOVASI DAN TEKNOLOGI.....</b>	<b>141</b>
A. Pendahuluan.....	142

B.	Pengertian Manajemen Inovasi dan Teknologi .....	143
C.	Mengembangkan Manajemen Inovasi dan Teknologi .....	149
D.	Perubahan Organisasi Dengan Manajemen Inovasi dan Teknologi .....	152
E.	Rangkuman Materi .....	158
<b>BAB 9</b>	<b>MANAJEMEN STRATEGIS</b> .....	<b>163</b>
A.	Pendahuluan .....	164
B.	Perkembangan Manajemen Strategis .....	165
C.	Kerangka Kerja dan Model Manajemen Strategis .....	168
D.	Faktor Pembaharuan Manajemen Strategik .....	170
E.	Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal .....	174
F.	Strategi Tingkat Bisnis dan Strategi Tingkat Internasional .....	177
G.	Rangkuman Materi .....	179
<b>BAB 10</b>	<b>MANAJEMEN INTERNASIONAL DAN GLOBAL</b> .....	<b>185</b>
A.	Pendahuluan .....	186
B.	Definisi Manajemen Internasional dan Global .....	187
C.	Lingkungan Serta Situasi Manajemen Internasional .....	187
D.	Fungsi Manajerial Manajemen Internasional .....	189
E.	Strategi Manajemen Internasional .....	190
F.	Manajemen Lintas Budaya .....	192
G.	Kepemimpinan Global dan Manajemen Tim .....	193
H.	Manajemen Rantai Pasokan Global .....	194
I.	Pemasaran Internasional dan Perilaku Konsumen .....	197
J.	Etika Global dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	200
K.	Manajemen Sumber Daya Manusia Global .....	201
L.	Rangkuman Materi .....	202
<b>BAB 11</b>	<b>MANAJEMEN KEBERLANJUTAN DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN</b> .....	<b>205</b>
A.	Pendahuluan .....	206
B.	Konsep Manajemen Berkelanjutan .....	207
C.	Definisi Manajemen Keberlanjutan .....	209
D.	Manfaat Implementasi Manajemen Berkelanjutan .....	211
E.	Resiko Implementasi Manajemen Berkelanjutan .....	213
F.	Tanggungjawab Sosial Perusahaan .....	214



G. Prinsip Keberlanjutan Pada Tanggung Jawab Social.....	216
H. Contoh Perusahaan Yang Menerapkan Manajemen Berkelanjutan .....	219
I. Rangkuman Materi .....	221
<b>BAB 12 TANTANGAN DAN ARAH MANAJEMEN DALAM MASA DEPAN ...</b>	<b>225</b>
A. Pendahuluan.....	226
B. Tantangan Manajemen .....	228
C. Arah Masa Depan Manajemen.....	236
D. Rangkuman Materi .....	239
<b>GLOSARIUM .....</b>	<b>243</b>
<b>PROFIL PENULIS .....</b>	<b>251</b>



# MANAJEMEN KONSEP TEORI DAN PRAKTEK

## BAB 1: PENGANTAR STUDI MANAJEMEN

Jeni Irnawati, S.E., M.M

Universitas Pamulang

---

# BAB 1

## **PENGANTAR STUDI MANAJEMEN**

### **A. PENDAHULUAN**

Pengantar studi manajemen merupakan materi yang penting dan bersifat mendasar daripada ruang lingkup manajemen. Dengan kata lain pada pengantar manajemen ini dapat dikatakan sebagai pemanasan sebelum mempelajari materi-materi lainnya yang ada pada manajemen secara detail dan lebih mendalam lagi. Walaupun dikatakan mendasar tetapi materi ini sangat krusial dan harus dipahami serta dikuasai, karena tanpa adanya pemahaman dasar yang kuat akan menyulitkan dalam memahami materi-materi selanjutnya. Dengan begitu diharapkan dapat dipelajari dengan fokus dan serius sehingga akan berpengaruh terhadap tingkat pemahaman di materi selanjutnya. Pada bab ini akan dibahas secara lengkap mengenai:

- A. Pengantar Manajemen;
- B. Filsafat ilmu manajemen;
- C. Sejarah Perkembangan Manajemen;
- D. Tokoh-Tokoh Penting dalam Manajemen dan
- E. Manajemen Sebagai Ilmu dan Seni.

Setelah mempelajari bab 1 ini, diharapkan anda mengetahui Dasar Ilmu Manajemen, mampu memahami Filsafat Ilmu Manajemen, mengetahui Sejarah Perkembangan serta Tokoh-tokoh Penting dalam Ilmu Manajemen, dan memahami Ilmu Manajemen sebagai Ilmu dan Seni.

# DAFTAR PUSTAKA

- Fauji, D. A. S., Puspasari, I. D., Aisyah, E. N., Rahadjeng, E. R., Saptaria, L., Rahman, F., Nurjannah, D., Mahmud, Subhan, E. S., Arisman, & Utami, B. (2021). Filsafat Ilmu Manajemen. *Fakultas Ekonomi Universitas Nusantra PGRI Kediri*, 1–156. <http://bahanpustakaula.blogspot.co.id/2015/08/Filsafat-Ilmu-Manajemen.Html>
- Pendekatan, D., & Ilmu, F. (2022). *EKSPLORASI KERANGKA ILMU MANAJEMEN PERKANTORAN*. 21(1), 19–26.
- Suryadi, E., Yuniarsih, T., Churiyah, M., Pahlevi, T., Anual, N. B. H., Irawan, N., ... & Inayati, T. EKSPLORASI KERANGKA ILMU MANAJEMEN PERKANTORAN DARI PENDEKATAN FILSAFAT ILMU. *Jurnal MANAJERIAL*, 21(1), 19-26.
- Tagela, U. (2013). Dimensi Ontologi, Epistemologi Dan Aksiologi Dari Manajemen Kependidikan. *Widya Sari*, 15(2), 183–189.



# MANAJEMEN KONSEP TEORI DAN PRAKTEK

## BAB 2: FUNGSI-FUNGSI MANAJEMEN

Novia Ruth Silaen, S.E., M.M

Universitas Darma Agung Medan

---

# BAB 2

## **FUNGSI-FUNGSI MANAJEMEN**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Perencanaan yang terstruktur sangat dibutuhkan dalam membangun sebuah bisnis yang besar. Hal ini bertujuan agar operasional mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi dapat terlaksana dengan baik.

Manajemen dalam hal ini memiliki peran dan fungsi untuk memastikan operasional perusahaan terlaksana. Perusahaan membagi fungsi-fungsi manajemen tersebut ke beberapa divisi yang membutuhkan agar semua kegiatan dapat dimonitor dan terlaksana dengan baik.

Kita ambil contoh, misalnya Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia yang harus dapat memastikan bahwa setiap karyawan dapat melaksanakan seluruh kewajibannya dengan baik serta mendapatkan seluruh haknya sesuai dengan peraturan perusahaan. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia juga melakukan perhitungan dan pembayaran gaji karyawan serta menjadikan sarana komunikasi antara karyawan dan atasan hingga memberikan sanksi kepada karyawan yang mempunyai masalah.

Contoh yang lain, misalnya Fungsi Manajemen Keuangan harus dapat memastikan bahwa setiap transaksi keuangan pada perusahaan terlaksana dengan baik dan tanpa kendala. Fungsi ini juga berperan untuk melaksanakan kegiatan pembayaran, pembukuan, pencatatan arus kas, pembayaran pajak, serta seluruh transaksi yang berkaitan dengan keuangan perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bateman, Thomas S. dan Scott A. Snell. 2007. **Management: Leading & Collaborating in A Competitive World**. MacGraw-Hill.
- Black R.R dan J.S. Mouton. 1964. **The Managerial Grid**. Houston: Gulf
- Fayol, Henry. 1930. **Industrial and General Administration**, J.A. Coubrough. Geneva : International Management Institute.
- Fiedler, F.E. 1967. **Theory Of Leadership Effectiveness**. New York : McGraw Hill
- Hersey, Paul dan K.H. Blanchard. 1974. **So You Want To Know Your Leadership Style** : Training & Development Jurnal.
- House R.J. 1974. **A Path Goal Theory Of Leader Effectiveness** : Administrative Science Quartely
- International Labour Organization. (ILO). 2011. **Tren Ketenagakerjaan dan Sosial di Indonesia 2010 : Mewujudkan Pertumbuhan Ekonomi Menjadi Penciptaan Lapangan Kerja** .
- Maslow, Abraham H. 1954. **Motivation and Personality**, New York : Harper & Row
- McGregor, Douglas. 1960. **The Human Side Of Enterprise**, New York : lam McGraw-Hil
- Vroom Victor, H. dan P.W. Yetton. 1973. **Leadership and Decision Making**, Pittsburg : University of Pittsburg Press
- Stoner, James A.F., R. Edward Freeman, dan Daniel R. Gilbert. 1995. **Management**. Ed 6, Prentice-Hall, Inc. New Jersey : Englewood Cliffs



# MANAJEMEN KONSEP TEORI DAN PRAKTEK

## BAB 3: ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM MANAJEMEN

Mulawarman Awaloedin, S.Si., M.M<sup>1</sup> &  
Dr. Ir. Dipa Teruna Awaludin, S.E., Ak., M.M., M.Ak., C.A.<sup>2</sup>  
STMA Trisakti & Universitas Nasional

---



# BAB 3

## **ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM MANAJEMEN**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) adalah konsep yang relatif baru. Ketika pertimbangan sejarah etika bisnis dan dimensi sosial dari aktivitas bisnis yang telah dianut di berbagai negara dimasukkan dalam sebuah kajian, lukisan CSR merupakan perwujudan terbaru tentang peran bisnis dalam masyarakat (Fernando, Susith., 2013).

Saat ini, tanggungjawab sosial perusahaan merupakan tanggungjawab dari para karyawan di perusahaan (corporate citizenship), sebuah bisnis yang bertanggungjawab (responsible business) dan saat yang baik untuk perusahaan berbagi (corporate social opportunity). CSR merupakan sebuah gagasan atau konsep pada sebuah organisasi bisnis yang berorientasi maksimalisasi laba guna memberikan kesempatan kepada masyarakat menikmati sebagian laba tersebut tanpa merugikan perusahaan. Karena bagaimanapun juga, dampak dari kegiatan bisnis perusahaan selalu akan diterima oleh masyarakat dan lingkungan. Tanggung jawab atas dampak aktivitas mereka terhadap pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham, masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya serta lingkungannya menunjukkan bahwa organisasi harus mematuhi undang-undang dan secara sukarela mengambil inisiatif guna meningkatkan kesejahteraan karyawan dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat luas. CSR merupakan sebuah upaya yang mengacu pada strategi perusahaan guna menjalankan bisnis mereka

# DAFTAR PUSTAKA

- A. Maolani, R., Achmad Sudiary Dalimunthe, Dwi Haryanto, Rivo Bifa, Putri Azzahra, Cornelia Juwita, & Putu Egawastu Suryamika. (2021). Perluasan Hutan Mangrove dalam Mitigasi Risiko Bencana Pemanasan Global: Kegiatan PkM di Kawasan Pesisir Muara Angke Jakarta. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(6), 1380-1388. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i6.8096>
- Aabid Hussain Naik. (2017). ROLE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN COMMUNITY DEVELOPMENT: AN INTERNATIONAL PERSPECTIVE. *International Research Journal of Management Sciences & Technology*, Vol.8, www.IRJMSST.com; <https://doi.org/10.32804/IRJMST>
- Alfakhri, Y., Nurunnabi, M., & Alfakhri, D. (2018, October 15). A citation analysis of corporate social responsibility (1970-2014): insights from Islamic perspective. *Journal of Islamic Marketing*. Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2017-0092>
- Alhares, A., Abu-Asi, T., Dominic, G., & Al Abed, R. (2021). The impact of corporate social responsibility on consumer's relationship intention: Evidence from mena countries. *Journal of Governance and Regulation*, 10(4), 8–14. <https://doi.org/10.22495/JGRV10I4ART1>
- Atif, M. (2019). (Re) discovering the business purpose: A discursive approach to CSR and stakeholder management. *Society and Business Review*, 14(4), 401–414. <https://doi.org/10.1108/SBR-07-2018-0078>
- Awaloedin, M., & Sidik, S. (2023). MEMBANGUN USAHA SOSIAL DI DESA CIJAYANTI, BABAKAN MADANG, KABUPATEN BOGOR. *Jurnal Indonesia Mengabdi*, 2(1), 40–46. <https://doi.org/10.55080/jim.v2i1.175>
- Baker-Brunnbauer, J. (2021). Management perspective of ethics in artificial intelligence. *AI and Ethics*, 1(2), 173–181. <https://doi.org/10.1007/s43681-020-00022-3>
- Bláha, J., Klimszová, S., & Klimsza, L. (2022). Ethics Education in Business Schools: Emerging Issues and Challenges. *European Journal of*

- Sustainable Development, 11(2), 69.  
<https://doi.org/10.14207/ejsd.2022.v11n2p69>
- Böhm, S., Carrington, M., Cornelius, N., de Bruin, B., Greenwood, M., Hassan, L., ... Shaw, D. (2022). Ethics at the Centre of Global and Local Challenges: Thoughts on the Future of Business Ethics. *Journal of Business Ethics*, 180(3), 835–861.  
<https://doi.org/10.1007/s10551-022-05239-2>
- Budiarti, M., & Raharjo, S. T. (2014). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DARI SUDUT PANDANG PERUSAHAAN. *Share : Social Work Journal*, 4(1). <https://doi.org/10.24198/share.v4i1.13045>
- Buele Nugra, I., & Pesantez, A. (2021). The offer of corporate social responsibility and business ethics courses in university accounting undergraduate programs: A comparative analysis among administrative sciences. *Open Science Journal*, 6(2).  
<https://doi.org/10.23954/osj.v6i2.2875>
- Chouaibi, Y., & Zouari, G. (2022). The effect of corporate social responsibility practices on real earnings management: evidence from a European ESG data. *International Journal of Disclosure and Governance*, 19(1), 11–30. <https://doi.org/10.1057/s41310-021-00125-1>
- Dewi Meisari Haryanti, Sri Rahayu Hijrah, Astari Wirastuti, Kumala Susanto.(2015).Berani Jadi Wirausaha Sosial? DBS Foundation. Tersedia di: <https://www.dbs.com/iwov-resources/pdf/indonesia/social-good/Beranijadi-SE-24Jun2015-final.pdf>
- Fernando, Susith. (2013). Corporate Social Responsibility practices in developing countries: Empirical evidence from Sri Lanka. 10.13140/RG.2.2.29743.02720.
- Fons Trompenaars, Piet Hein Coebergh. (2015). 100+ Management Models How to Understand and Apply the Worlds Most Powerful Business Tools. McGraw Hill
- García-Jurado, A., Pérez-Barea, J. J., & Nova, R. (2021). A new approach to social entrepreneurship: A systematic review and meta-analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 13(5), 1–16.  
<https://doi.org/10.3390/su13052754>

- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. In *Journal of Business Ethics* (Vol. 53, pp. 51–71). <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000039399.90587.34>
- Ghaleb, B. A. A., Qaderi, S. A., Almashaqbeh, A., & Qasem, A. (2021). Corporate social responsibility, board gender diversity and real earnings management: The case of Jordan. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1883222>
- Guerrero-Miranda, P., & González, A. L. (2021). Social responsibility, sustainability, and public policy: The lessons of debris management after the Manabí earthquake in Ecuador. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(7). <https://doi.org/10.3390/ijerph18073494>
- Gurzawska, A. (2021). Responsible innovation in business: Perceptions, evaluation practices and lessons learnt. *Sustainability* (Switzerland), 13(4), 1–27. <https://doi.org/10.3390/su13041826>
- Gutiérrez, M. M. G. (2022). Social Responsibility and Ethics as Effective Advertising Strategies. *VISUAL Review. International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura*, 9(Monographic). <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3589>
- Hendri Saporini.(2015). Peran Ilmu Pengetahuan Dalam Menjawab Tantangan Dan Menawarkan Terobosan Untuk Mewujudkan Kesejahteraan Sosial: Dari MDGS Menuju SDGs disampaikan dalam KIPNAS XI, 2015 di LIPI, Jakarta.
- Huang, X., Chau, K. Y., Tang, Y. M., & Iqbal, W. (2022). Business Ethics and Irrationality in SME During COVID-19: Does It Impact on Sustainable Business Resilience? *Frontiers in Environmental Science*, 10. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.870476>
- Ismail Maimuneh. (209AD). Corporate social responsibility and its role in community development; An international perspective. *The Journal of International Social Research*, 2, 200–209.
- Jaganjac, B., Abrahamsen, L. M., Olsen, T. S., & Hunnes, J. A. (2023). Is It Time to Reclaim the ‘Ethics’ in Business Ethics Education? *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05400-5>

- Joyner, B. E., & Payne, D. (2002). Evolution and implementation: A study of values, business ethics and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 41(4), 297–311. <https://doi.org/10.1023/A:1021237420663>
- Khan, F. U., Trifan, V. A., Pantea, M. F., Zhang, J., & Nouman, M. (2022). Internal Governance and Corporate Social Responsibility: Evidence from Chinese Companies. *Sustainability (Switzerland)*, 14(4). <https://doi.org/10.3390/su14042261>
- Lawrence J. Gitman, Carl McDaniel, Amit Shah, Monique Reece, Linda Koffel, Bethann Talsma, and Grand Rapids, James C. Hyatt. (2019). *Ethics, Corporate Responsibility, and Sustainability in* <https://openstax.org/books/principles-management/pages/5-6-corporate-social-responsibility-csr>
- Machado, C., & Davim, J. P. (2018). Corporate social responsibility in management and engineering. *Corporate Social Responsibility in Management and Engineering* (pp. 1–240). River Publishers.
- Mele, D., & Guillén Parra, M. (2011). Intellectual Evolution of Strategic Management and its Relationship With Ethics and Social Responsibility. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.960663>
- Muliati, M., Mayapada, A. G., & Pattawe, A. (2021). Do Corporate Social Responsibility and Investor Protection Limit Earnings Management? Evidence from Indonesia and Malaysia. *Journal of Accounting and Investment*, 22(3), 482–499. <https://doi.org/10.18196/jai.v22i3.11515>
- Oh, S. Y. (2022). Effect of Ethical Climate in Hotel Companies on Organizational Trust and Organizational Citizenship Behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 14(13). <https://doi.org/10.3390/su14137886>
- Quezado, T. C. C., Fortes, N., & Cavalcante, W. Q. F. (2022). The Influence of Corporate Social Responsibility and Business Ethics on Brand Fidelity: The Importance of Brand Love and Brand Attitude. *Sustainability (Switzerland)*, 14(5). <https://doi.org/10.3390/su14052962>

- Ramos-Hidalgo, E., Orta-Pérez, M., & Agustí, M. A. (2021). Ethics and social responsibility in family firms. Research domain and future research trends from a bibliometric perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 13(24). <https://doi.org/10.3390/su132414009>
- Rodríguez Cala, A., Calle Rodríguez, C., Durán García, N., Zöller, B., & Pons Rodríguez, A. (2021). Corporate social responsibility in the centers of the public hospital network of Catalonia (Spain). *Gaceta Sanitaria*, 35(1), 67–71. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2019.06.001>
- Saunders, C., Marcolin, B., & Cherneski, J. (2022). The Role of Students' Personal Values and Ethical Ideologies in Increasing the Importance of Perceptions of Social Responsibility for Business Students: A PRME Directive. *Journal of Management Education*, 46(5), 920–950. <https://doi.org/10.1177/10525629221077320>
- Schultz, M. D., & Seele, P. (2023). Towards AI ethics' institutionalization: knowledge bridges from business ethics to advance organizational AI ethics. *AI and Ethics*, 3(1), 99–111. <https://doi.org/10.1007/s43681-022-00150-y>
- Secchi, D. (2007). Utilitarian, managerial and relational theories of corporate social responsibility. *International Journal of Management Reviews*, 9(4), 347–373. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00215.x>
- Shanmuganathan, S. (2019). An international perspective on corporate social responsibility and its role in community development. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(3 Special Issue), 392–398. <https://doi.org/10.35940/ijrte.C1084.1083S19>
- STMA Trisakti. (20 Agustus 2023). Penanaman 2500 Bibit Pohon Mangrove tahun 2023 [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Qew4cYXk9Gw&list=UULFKEP PxnYFSd8srgqZgiEA-Q&index=2>
- Zozuľak, J., & Zozuľaková, V. (2022). ETHICAL AND ECOLOGICAL DILEMMAS OF ENVIRONMENTAL PROTECTION. *Management Systems in Production Engineering*, 30(3), 282–290. <https://doi.org/10.2478/mspe-2022-0036>



# MANAJEMEN KONSEP TEORI DAN PRAKTEK

## BAB 4: MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Fandra Dikhi Januardani, S.E., M.M

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MARS Pematangsiantar

---

# BAB 4

## **MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA**

### **A. PENDAHULUAN**

Manusia berkualitas merupakan sumber daya yang dituntut dalam suatu organisasi. Begitu juga sebaliknya, organisasi yang sehat berdasarkan sumber daya manusia yang memiliki kualitas. Tuntutan dalam suatu pekerjaan semakin meningkat dan membutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas. Sumber daya manusia sebagai unsur yang paling utama dalam setiap aktivitas yang dilakukan organisasi.

Begitu juga dengan organisasi ataupun perusahaan harus didukung pegawai/karyawan yang kompeten dan handal, karena sumber daya manusia mempunyai peran yang penting dalam pencapaian, keunggulan dan keberhasilan organisasi ataupun perusahaan.

Menurut Ansah & Rita (2019), karyawan merupakan aset utama dari setiap organisasi karena mereka memainkan peran utama terhadap keberhasilan perusahaan.

Dengan memiliki sumber daya manusia yang handal dan berkomitmen akan meningkatkan popularitas dan kesuksesan suatu organisasi. Selain itu juga, sumber daya manusia yang sering disebut karyawan merupakan suatu aset pada suatu organisasi demi tercapainya tujuan suatu organisasi. Untuk itu, setidaknya organisasi atau perusahaan lebih memperhatikan atau memberikan perhatian yang lebih terhadap karyawannya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ansah, A., & Rita, Q. 2019. *Effects of Training on Employee Performance in Ga East Hotels. Acta Scientific Paediatrics*, 2(7), 02-07. <https://doi.org/10.29332/ijssh.v2n1.140>
- Cushway, Barry. 1999. *Human Resource Management*. Jakarta: Terjemahan. Elex Media Computindo.
- Dessler, Gary. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Kesepuluh, Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Hasibuan, Malayu. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Priyono & Marnis. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Rivai, Veithzal. 2005. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Samsudin, Sadili. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Pustaka Setia.
- Siagian, Sondang P. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Syafri, Wirman. & Alwi. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Publik*. Sumedang: Institut Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN) Press.
- Tsauri, Sofyan. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)*. Jember: STAIN Jember Press.
- Wirawan. 2009. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia Teori, Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.



# MANAJEMEN KONSEP TEORI DAN PRAKTEK

## BAB 5: MANAJEMEN OPERASIONAL

Dearma Sariani Sinaga, S.T., S.M., M.M

Universitas Darma Agung

---

# BAB 5

## **MANAJEMEN OPERASIONAL**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Apa itu Manajemen Operasional? Dalam hal ini operasi dan manajemen secara umum berarti langkah-langkah untuk meningkatkan berbagai faktor produksi, antara lain sumber daya manusia “SDM”, mesin, peralatan “perkakas”, bahan mentah “bahan baku” dan faktor produktif lainnya secara bergantian. Ubah mereka menjadi berbagai produk atau layanan. Manajemen operasi adalah area bisnis yang berfokus pada proses produksi, serta memastikan pemeliharaan dan perkembangan berlangsung secara efektif dan efisien. Seorang manajer operasi bertanggung jawab mengelola proses pengubahan input menjadi output.

Perkembangan dunia saat ini semakin pesat, terutama dalam bidang industri. Hal ini berdampak pada persaingan yang semakin ketat antar industri atau perusahaan yang ada. Berbagai upaya dilakukan untuk menjadi industri/perusahaan yang terbaik. Manajemen operasi diperlukan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan perubahan atau inovasi produk agar menjadi lebih baik. Seiring perkembangan industri yang semakin maju, perusahaan dituntut memberikan kualitas yang terbaik terhadap produk ataupun jasa yang dihasilkan. Manajemen operasi berkaitan dengan [produksi](#) barang dan jasa.

Manajemen operasi adalah suatu proses yang berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi manajemen dan untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan. Operasi dapat diartikan sebagai segala aktivitas dalam mentransformasikan input menjadi output yang bisa menambah nilai pada

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Dorothea Wahyu.2014. Modul Manajemen Operasi Jasa. Universitas Atmajaya Yogyakarta. Yogyakarta.
- Hani Handoko, 2005. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. BPFE Yogyakarta
- Hatani, LA. 2008. Buku Ajar Manajemen Operasional. Universitas Haluoleo. Kendari
- Heizer,J dan Barry Render.2008. Manajemen Operasi. Edisi Sembilan. Salemba Empat. Jakarta.
- Prasetya, Hery dan Fitri Lukiastuti. 2011.Manajemen Operasi.PT.Buku Seru. Jakarta.
- Ricky Virona Martono. 2018. Managemen Operasi Konsep dan Aplikasi. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Subagyo, Pangestu. 2013. Forecasting Konsep dan Aplikasi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM. Yogyakarta.
- Vincent Gaspersz. 2011. Total Quality Management Untuk Praktisi Bisnis dan Industri. PT. Percetakan Swadaya. Jakarta.



# MANAJEMEN KONSEP TEORI DAN PRAKTEK

## BAB 6: STRATEGI PEMASARAN

Erlina Puspitaloka Mahadewi, S.E., M.M., MBL., CMA

Universitas Esa Unggul Jakarta

# BAB 6

## **STRATEGI PEMASARAN**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Strategi pemasaran dapat dikatakan merupakan aspek terpenting dalam suatu bisnis. Seorang yang sangat inovatif dalam menciptakan produk atau jasa tertentu, tidak akan bisa sukses dalam bisnisnya tanpa menerapkan strategi manajemen pemasaran dalam mengelola bisnisnya. Di sisi lain, pengelolaan bisnis dengan hanya mengandalkan manajemen produksi maupun keuangan yang baik, tidak pula bisa menjamin keberhasilan sebuah organisasi bisnis. Pemasaran adalah suatu proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti, yaitu: kebutuhan, keinginan dan permintaan. Melalui pemasaran yang tepat, sebuah organisasi bisnis dapat mencapai tujuan pemasaran dan mengembangkan bisnis dengan baik. Untuk lebih mempermudah pemahaman manajemen pemasaran dalam bisnis, berikut akan di berikan pengertian, arti penting, fungsi dan strategi pemasaran. Kemampuan yang diharapkan setelah mempelajari bab ini:

1. Memahami konsep strategi pemasaran bisnis.
2. Mengetahui dan memahami strategi-strategi pemasaran dalam bisnis.
3. Mampu menjelaskan dan memahami konsep bauran pemasaran dan menerapkannya.

# DAFTAR PUSTAKA

- Al Ries, Peran Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 1993)
- Amirullah. 2001. Perilaku Konsumen. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- David W. Cravens. 1996. Strategic Marketing.
- Fandy Tjiptono. 2001. Strategi Pemasaran. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. Merek dan Psikologi Konsumen. Implikasi pada Strategi Pemasaran. Graha Ilmu: Yogyakarta
- Hermawan Kertajaya. 1999. Marketing Plus 2000. PT. Gramedia Utama: Jakarta.
- Husein Umar, Strategi Management in Action, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001)
- Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana, 2004)
- Kinnlar, T.C dan Tylor, J.R. 1987. Marketing Reseach. Mc. Graw-Hill Inc. Kotler,
- Kotler, P. 1997. Marketing Management. Prentice-Hall Inc.:New Jersey.
- Marius P. Angipora, Dasar-dasar Pemasaran, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2002)
- Nugroho. S. 2003. Perilaku Konsumen. Kencana: Bogor
- Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. Manajemen pemasaran (Edisi 12 jilid 2). Benyamin Molan (penerjemah). Marketing
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid, (Jakarta: Erlangga, 2008)
- Prabu Mangkunegara. 2002. Perilaku Konsumen. Refika Adhitama
- Peter dan Olson. 1996. Perilaku dan Strategi pemasaran. D. Sihombing (penerjemah). Consumen Behaviour. Gelora Pratama: Jakarta
- Rewoldt, Scoot and Warshaw. 1988. Strategi Produk Dalam Pemasaran. Bina Aksara: Jakarta.
- Rhenald Kasali. 1998. Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, targeting dan Positioning. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Sandar Oliver, Strategi Public Relations, (London: Erlangga, 2006)
- Suryana Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses, (Jakarta: Edisi 3, Salemba Empat, 2006)

Suslina Sanjaya, Analisis Efektifitas Strategi Pemasaran Asuransi Takaful Keluarga, (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah, 2009)

Sutisna. 2002. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Rosdakarya:Bandung

Swastha Basu, dan Handoko Tani. 2007. Manajemen Pemasaran (Analisis Perilaku Konsumen). BPFE: Yogyakarta.





# MANAJEMEN KONSEP TEORI DAN PRAKTEK

## BAB 7: MANAJEMEN KEUANGAN

Irdha Yusra, S.E, M.Sc

Universitas Negeri Padang

---

# BAB 7

## **MANAJEMEN KEUANGAN**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Manajemen keuangan merupakan salah satu disiplin ilmu yang memiliki peranan krusial dalam kelangsungan dan pertumbuhan suatu organisasi. Bidang ini berkaitan erat dengan pengaturan serta pemanfaatan sumber daya finansial organisasi, termasuk aset, kewajiban, dan modal yang dimiliki. Dalam cakupannya, manajemen keuangan mencakup perencanaan, pengambilan keputusan, pengawasan, dan pengevaluasian atas kegiatan finansial organisasi.

Bab ini bertujuan untuk mengulas perkembangan teori manajemen keuangan yang mengikuti evolusi zaman dan teknologi. Fokusnya mencakup evolusi teori-teori keuangan seiring waktu, dampak transisi digital terhadap fungsi dan proses manajemen keuangan, serta tantangan serta peluang yang muncul bagi manajemen keuangan perusahaan multinasional dalam era globalisasi bisnis.

Pembahasan dalam Bab ini mencakup sejarah perkembangan teori manajemen keuangan dari awal hingga saat ini, dampak transformasi digital pada manajemen keuangan, dan implikasi globalisasi terhadap manajemen keuangan perusahaan multinasional. Harap dicatat bahwa bab ini tidak akan secara rinci membahas aspek teknis atau operasional manajemen keuangan, melainkan lebih menitikberatkan pada konsep-konsep dan teori-teori yang mendasarinya.

Setelah membaca Bab ini, Anda diharapkan mampu menjelaskan konsep-konsep dan teori-teori manajemen keuangan. Secara khusus, Anda diharapkan mampu untuk:

## DAFTAR PUSTAKA

- Abeywardhana, D. K. . (2017). Capital Structure Theory: An Overview. *Accounting and Finance Research*, 6(1).  
<https://doi.org/10.5430/afr.v6n1p133>
- Barberis, N., Shleifer, A., & Vishny, R. (1998). A model of investor sentiment. *Journal of Financial Economics*, 49(3).  
[https://doi.org/10.1016/s0304-405x\(98\)00027-0](https://doi.org/10.1016/s0304-405x(98)00027-0)
- Berman, S. J. (2012). Digital transformation: Opportunities to create new business models. *Strategy and Leadership*, 40(2).  
<https://doi.org/10.1108/10878571211209314>
- Brigham, Eugene F. & Houston, J. F. (2021). Fundamentals of Financial Management, Concise Eighth Edition. *Boston, Cengage Learning*, 15.
- Dana, L. P., Salamzadeh, A., Mortazavi, S., & Hadizadeh, M. (2022). Investigating the Impact of International Markets and New Digital Technologies on Business Innovation in Emerging Markets. *Sustainability (Switzerland)*, 14(2).  
<https://doi.org/10.3390/su14020983>
- Diener, F., & Špaček, M. (2021). Digital transformation in banking: A managerial perspective on barriers to change. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4). <https://doi.org/10.3390/su13042032>
- Fama, E. F. (1970). Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. *The Journal of Finance*, 25(2), 383.  
<https://doi.org/10.2307/2325486>
- Fama, E. F., French, K. R., Fama, E. F., & French, K. R. (2004). The Capital Asset Pricing Model : Theory and Evidence The capital asset pricing model ( CAPM ) of William Sharpe ( 1964 ) and John. *The Journal of Economic Perspectives*, 18(3).  
<https://doi.org/10.1257/0895330042162430>
- Fu, R., Huang, Y., & Singh, P. V. (2021). Crowds, lending, machine, and bias. *Information Systems Research*, 32(1).  
<https://doi.org/10.1287/isre.2020.0990>
- Galazova, S. S., & Magomaeva, L. R. (2019). The transformation of traditional banking activity in digital. *International Journal of*

- Economics and Business Administration*, 7.  
<https://doi.org/10.35808/ijeba/369>
- Haberly, D., MacDonald-Korth, D., Urban, M., & Wojcik, D. (2018). Asset Management as a Digital Platform Industry: A Global Financial Network Perspective. *SSRN Electronic Journal*.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3288514>
- Klau, R., & Clearfield, C. (2022). Leading Change With a Culture of Experimentation. *MIT Sloan Management Review*, 63(2).
- Lino, A. F., Aquino, A. C. B. de, & Neves, F. R. (2022). Accountants' postures under compulsory digital transformation imposed by government oversight authorities. *Financial Accountability and Management*, 38(2). <https://doi.org/10.1111/faam.12313>
- Lo, A. W. (2004). The adaptive market hypothesis: market efficiency from an evolutionary perspective. *The Journal of Portfolio Management*, 30(5).
- Lo, A. W. (2005). Reconciling Efficient Market with Behavioral Finance: The Adaptive Markets Hypothesis. *The Journal of Investment Consulting*, 7(2).
- Lord, M. (2020). University Endowment Committees, Modern Portfolio Theory and Performance. *Journal of Risk and Financial Management* 2020, Vol. 13, Page 198, 13(9), 198.  
<https://doi.org/10.3390/JRFM13090198>
- Lotfi, I., Megzari, L., & Bouhadi, A. E. L. (2021). Asset allocation by Unsupervised Learning. *Review of Economics and Finance*, 19, 338–346. <https://doi.org/10.55365/1923.X2021.19.34>
- Markowitz, H. (1952). Portfolio Selection. *The Journal of Finance*, 7(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.2307/2975974>
- Middleton, L. P., & Satchell, S. E. (2001). Deriving the arbitrage pricing theory when the number of factors is unknown. *Quantitative Finance*, 1(5). <https://doi.org/10.1088/1469-7688/1/5/302>
- Miller, M. H., & Modigliani, F. (1961). Dividend Policy, Growth, and the Valuation of Shares. *The Journal of Business*, Vol. 34(No. 4, 3), 411–443.

- Nambisan, S. (2022). Digital innovation and international business. In *Innovation: Organization and Management* (Vol. 24, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/14479338.2020.1834861>
- Nasiri, M., Saunila, M., & Ukko, J. (2022). Digital orientation, digital maturity, and digital intensity: determinants of financial success in digital transformation settings. *International Journal of Operations and Production Management*, 42(13). <https://doi.org/10.1108/IJOPM-09-2021-0616>
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2018). Fundamentals of Corporate Finance Sixth Edition. *McGraw-Hill Primis*, 44(8).
- Ross, S. A. (2014). Morgan Stanley–American Finance Association Award for Excellence in Finance 2014. *The Journal of Finance*, 69(3), v–viii. <https://doi.org/10.1111/JOFI.12170>
- Sharpe, W. F. (1964). Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium Under Conditions of Risk. *The Journal of Finance*, 19(3). <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1964.tb02865.x>
- Wang, X., & Chen, X. (2023). An empirical study on financing constraints of digital inclusive finance development on small and medium-sized technology-based enterprise. *Kybernetes*, 52(2). <https://doi.org/10.1108/K-01-2022-0095>
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). Leading Digital. *Harvard Business Review Press*.
- Zaytsev, A. A., Blizkyi, R. S., Rakhmeeva, I. I., & Dmitriev, N. D. (2021). Building a model for financial management of digital technologies in the areas of combinatorial effects. *Economies*, 9(2). <https://doi.org/10.3390/economies9020052>



# MANAJEMEN KONSEP TEORI DAN PRAKTEK

## BAB 8: MANAJEMEN INOVASI DAN TEKNOLOGI

Madya Ahdiyati, S.E., M.M

Universitas Halim Sanusi PUI Bandung

# BAB 8

## **MANAJEMEN INOVASI DAN TEKNOLOGI**

### **A. PENDAHULUAN**

Alasan yang paling mendasar untuk berubah adalah karena sesuatu yang paling relevan bagi organisasi telah berubah atau akan senantiasa berubah. Oleh sebab itu, sebuah organisasi tidak ada pilihan lain kecuali berubah juga. Seringkali menghadapi permasalahan ini, organisasi dihadapkan kepada kegagalan untuk mengantisipasi atau merespon perubahan secara cepat dan tepat. Dan dorongan untuk berubah mungkin muncul dari eksternal atau pun internal organisasi.

Perubahan organisasi dapat terencana atau pun reaktif sebagai suatu respon terhadap sebuah peristiwa. Sehingga untuk menghadapi fenomena yang kompleks ini, seorang pimpinan sebuah organisasi harus memahami langkah-langkah untuk mengelola perubahan organisasi.

Inovasi adalah suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya. Seorang manajer atau penemu yang selalu berinovasi, maka dapat dikatakan sebagai seorang manajer yang inovatif. Manajer yang inovatif akan selalu berupaya melakukan perbaikan, menyajikan sesuatu yang baru/unik yang berbeda dengan yang sudah ada. Inovatif secara tidak langsung menjadi sifat pembeda antara manajer yang kreatif dan inovatif dengan orang biasa maupun pengusaha yang tidak pernah melakukan kreativitas dan inovasi. Seorang manajer akan selalu memikirkan untuk melakukan sesuatu yang berbeda, tidak seperti yang dipikirkan dan dilakukan oleh kebanyakan orang.

# DAFTAR PUSTAKA

- Cumming, T. G., & Worley, C. G. (2015). *Organization Development and Change*. Stamford: Cengage Learning.
- Daft, R. L. (2002). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly Jr, J. H. (2010). *Organisasi*. Tangerang: Binarupa Aksara Publisher.
- Gomes, F. C. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Griffin, R. W. (2004). *Manajemen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hasibuan, M. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Kadarisman. (2020). *Manajemen Kompensasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Mangkunegara, A. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Marwansyah. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Nawawi, H. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Pfeffer, J., & dkk. (2008). *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit Amara Books.
- Retnowati, N., & Erma Widia, M. (2012). *Manajemen Kompensasi*. Bandung: Karya Putra Darwati.
- Rivai, V., & Sagala, E. J. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada.
- Robbins, S. P. (2002). *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Schein, E. H. (2006). *Organization Development*. San Fransisco: John Wiley & Son.
- Sedarmayanti. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi dan Manajemen PNS*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Shim, J. K., & Siegel, J. G. (2001). *Budgeting*. Jakarta: Erlangga.



- Siagian, S. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Terry, G. R. (2006). *Asas Asas Menejemen*. Bandung: PT Alumni.



# MANAJEMEN KONSEP TEORI DAN PRAKTEK

## BAB 9: MANAJEMEN STRATEGIS

Acai Sudirman, S.E., M.M

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung

---

# BAB 9

## **MANAJEMEN STRATEGIS**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Manajemen strategi sangat diperlukan bagi sebuah organisasi ataupun perusahaan dalam merumuskan, menyusun serta melakukan evaluasi dan pengendalian strategi. Manajemen strategi adalah suatu proses atau serangkaian kegiatan dalam mengambil keputusan dimana memiliki sifat secara mendasar dan menyeluruh dalam menetapkan cara untuk melaksanakannya yang dibuat oleh pemimpin organisasi atau perusahaan yang kemudian akan diterapkan oleh semua elemen dalam organisasi atau perusahaan untuk mencapai target atau sasaran yang telah ditetapkan oleh organisasi ataupun perusahaan (Inrawan *et al.*, 2022).

Banyak organisasi perusahaan akan menghadapi lingkungan eksternalnya dengan kondisi yang berbeda-beda. Ada perusahaan yang menghadapi lingkungan eksternalnya dalam kondisi yang sangat bergejolak dan *turbulent*, kompleks dan mempunyai pengaruh dari lingkungan global. Untuk menghadapi kondisi ini, para manajer harus menentukan arah jalannya perusahaan ke depan, dengan melakukan kajian terhadap faktor lingkungan eksternal tersebut, dengan pertimbangan yang lebih hati-hati, dan lebih men dalam. Lingkungan eksternal terdiri dari dimensi yang terdapat di dalam masyarakat luas, yang berpengaruh langsung terhadap suatu industri dan perusahaan-perusahaan yang ada di dalam industri tersebut. Tantangan baru yang saat ini muncul telah mempengaruhi eksistensi dan keberlangsungan usaha berasal dari perubahan dramatis revolusi industri keempat. Berdasarkan konsep manajemen modal intelektual sebagai pendekatan manajemen

## DAFTAR PUSTAKA

- Basoeky, U. *et al.* (2021) *Pemanfaatan Teknologi Digital: Dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Bayraktar, C. A. *et al.* (2017) 'Competitive strategies, innovation, and firm performance: an empirical study in a developing economy environment', *Technology Analysis and Strategic Management*, 29(1), pp. 38–52. doi: 10.1080/09537325.2016.1194973.
- Chernev, A. (2014) *Strategic Marketing Management Eighth Edition, Strategic Marketing Management*.
- David, F. . (2006) *Strategic Management Concepts and Cases*. 10th edn. South Carolina: Francis Marion University Florence.
- Hunger, J. D. and Wheelen, T. L. (2006) *Manajemen Startegis*. Yogyakarta: Andi.
- Inrawan, A. *et al.* (2022) 'SWOT Analysis as a Basis for Tracking Business Opportunities in the City of Pematangsiantar', in *The 3rd International Conference on Advance & Scientific Innovation (ICASI)*. Knowledge E, pp. 441–455. doi: 10.18502/kss.v7i10.11383.
- Irwansyah, R. *et al.* (2021) *Marketing Digital Usaha Mikro*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Julyanthry, J. *et al.* (2021) 'MSME Competitive Advantages Reviewed From Entrepreneurship Insight And Market Orientation Aspects With Innovation As A Medium', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), pp. 30–40.
- Kurniawan, A. *et al.* (2022) *Dasar Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Lie, D. *et al.* (2019) *Manajemen Strategik*. Jilid 1. Medan: Madenatera.
- Muliana *et al.* (2020) *Pengantar Manajemen*. Cetakan 1. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Mulyono, S. *et al.* (2021) *Pengantar Manajemen*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Silalahi, M. *et al.* (2020) *Dasar-Dasar Manajemen & Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Sudirman, A. *et al.* (2022) *Manajemen Pemasaran Kontemporer*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sudirman, A., Wardhana, A. and Hartini, H. (2022) *Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Suryani, N. K. *et al.* (2021) *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Tiris Sudrartono *et al.* (2022) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Widina Bhakti Persada.



# MANAJEMEN KONSEP TEORI DAN PRAKTEK

## BAB 10: MANAJEMEN INTERNASIONAL DAN GLOBAL

Chairani Putri Pratiwi, B.Sc, M.Si

Binus University

---

# BAB 10

## **MANAJEMEN INTERNASIONAL DAN GLOBAL**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Pesatnya perkembangan informasi di era digital, dimana segala sesuatunya semakin mudah terhubung, manajemen internasional dan global telah menjadi landasan penting bagi perkembangan perusahaan modern dan dengan cepat mengubah dunia. Aspek terpenting dari manajemen internasional adalah meningkatkan investasi dan perdagangan asing, yang mendorong para manajer untuk melintasi batas negara demi pengelolaan berkelanjutan. Dengan akses yang lebih mudah dan perekonomian yang lebih mapan, dapat dikatakan bahwa suatu perusahaan harus mampu memperluas jangkauannya tidak hanya ke pasar domestik tetapi juga ke pasar internasional agar dapat memanfaatkan peluang-peluang baru secara maksimal. Namun, ekspansi global bukannya tanpa hambatan; perluasan pasar dan perusahaan menghadapi banyak tantangan. Berbagai tantangan dalam menjalankan perusahaan dengan jangkauan pasar yang luas memerlukan strategi inovatif dan pemahaman mendalam terhadap lanskap global. Dalam praktiknya, hambatan bahasa, standar bisnis yang berbeda, dan nilai-nilai budaya juga merupakan permasalahan yang perlu diperhatikan, serta metode manajemen digunakan untuk mengatasi hambatan tersebut. Bab ini membahas dan mengkaji implikasi tata kelola internasional dan global. Ini menganalisis bagaimana interaksi dinamis antara tantangan dan peluang membentuk suatu organisasi atau manajemen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Boddewyn, J. J., Toyne, B., & Martinez, Z. L. (2004). The Meanings of "International Management." *MIR: Management International Review*, 44(2), 195–212. <http://www.jstor.org/stable/40835986>
- Carvalho, L.C. (2015). *Handbook of Research on Internationalization of Entrepreneurial Innovation in the Global Economy*. IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-4666-8216-0.
- Deresky, Helen. (2008). *International management : managing across borders and cultures text and cases 6th ed. (6th)*. New Jersey.
- Hill, Charles W.L.. (2015). *International business : competing in the global marketplace* . New York: McGraw-Hill Education.
- Kriek, D., Beaty, D., Nkomo, S. (2011). Theory building trends in international management research: An archival review of preferred methods. *South African Journal of Economic and Management Sciences*. 12. 10.4102/sajems.v12i1.265.
- Starting a new series, Dr Tony Grundy discusses the factors affecting business across borders and how to manage them. <https://www.accaglobal.com/gb/en/member/discover/cpd-articles/business-management/international-management.html>





# MANAJEMEN KONSEP TEORI DAN PRAKTEK

## BAB 13: MANAJEMEN KEBERLANJUTAN DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Dr. Helin Garlinia Yudawisastra, S.E., M.Si

Universitas Muhammadiyah Bandung

# BAB 11

## **MANAJEMEN KEBERLANJUTAN DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Pengelolaan lingkungan telah membangkitkan kesadaran global untuk menanggapi isu-isu mengenai perubahan iklim di seluruh dunia dan konservasi sumber daya alam. Perusahaan dituntut berada dalam keseimbangan dengan kondisi yang antagonistik. Hal ini berarti keseimbangan antara persaingan usaha dan lingkungan menjadi salah satu poin utama. Perusahaan yang berusaha mengubah perilaku untuk memperbaiki lingkungan semakin signifikan dapat dirasakan. Manajemen keberlanjutan untuk perusahaan swasta maupun pemerintah adalah strategi yang melengkapi bisnis, operasi, dan strategi aset yang sudah dipahami dengan baik dan sering diartikan dengan baik oleh perusahaan. Manajemen keberlanjutan secara fundamental membantu perusahaan dalam membuat keputusan yang berdampak positif terhadap lingkungan.

Manajemen keberlanjutan kemungkinan besar akan mencakup perhatian terhadap lingkungan dan sosio-ekonomi dari isu-isu keberlanjutan di berbagai tingkatan (setidaknya, di tingkat individu, organisasi, dan masyarakat) dan dalam berbagai konteks yang berbeda (global ke lokal, berbagai bioma, dalam berbagai kondisi atmosfer, hidrosfer, dan geosfer, dan tentu saja di berbagai budaya, ekonomi, dan masyarakat (Sharma, 2007). Saling ketergantungan antara organisasi dan lingkungan alam merupakan inti dari perspektif manajemen keberlanjutan

## DAFTAR PUSTAKA

- Banerjee, S. B. (2001). Managerial perceptions of corporate environmentalism: Interpretations from industry and strategic implications for organizations. *Journal of management studies*, 38(4), 489-513
- Barney, J. B. (2000). Firm resources and sustained competitive advantage. In *Economics meets sociology in strategic management* (pp. 203-227). Emerald Group Publishing Limited.
- Basiago, A. D. (1995). Methods of defining 'sustainability'. *Sustainable development*, 3(3), 109-119.
- Dentchev, N. A. (2004). Corporate social performance as a business strategy. *Journal of business ethics*, 55, 395-410.
- Elkington, J. (1994). Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. *California management review*, 36(2), 90-100.
- Elkington, J. (1997). The triple bottom line. *Environmental management: Readings and cases*, 2, 49-66.
- Lee, K. H., & Ball, R. (2003). Achieving sustainable corporate competitiveness: Strategic link between top management's (green) commitment and corporate environmental strategy. *Greener management international*, (44), 89-104.
- Meadows, D. H. (1998). Indicators and information systems for sustainable development.
- Porter, M. E., & Linde, C. V. D. (1995). Toward a new conception of the environment-competitiveness relationship. *Journal of economic perspectives*, 9(4), 97-118.
- Peeters, J. (2012). The place of social work in sustainable development: Towards ecosocial practice. *International Journal of Social Welfare*, 21(3), 287-298.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard business review*, 84(12), 78-92.

- Schaltegger, S., & Burritt, R. (2005). *Corporate sustainability* (Doctoral dissertation, Edward Elgar).
- Senge, P. M., Laur, J., Schley, S., & Smith, B. (2006). *Learning for sustainability*. SoL (The Society for Organizational Learning, Incorporated)
- Siegel, D. S. (2014). Responsible leadership. *Academy of Management Perspectives*, 28(3), 221-223.
- Sharma, S., Aragón-Correa, J. A., & Rueda-Manzanares, A. (2007). The contingent influence of organizational capabilities on proactive environmental strategy in the service sector: An analysis of North American and European ski resorts. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 24(4), 268-283.
- Sharma, A., Ranga, M. M., & Sharma, P. C. (2010). Water quality status of historical Gundolav lake at Kishangarh as a primary data for sustainable management. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 3(2), 149-158.
- Starik, M., Kanashiro, P. 2013. Toward a theory of sustainability management: Uncovering and integrating the nearly obvious. *Org. Environ.* 26(1), 7–30.
- Widodo, Z. D., Bangun, R., Santosa, S., Putra, V. D., Yudawisastra, H. G., Angreyani, A. D., ... & Hamdani, A. R. T. (2023). Pengantar Manajemen.  
<https://www.sumitomocorp.com/id/asia-oceania/sustainability/management>



# MANAJEMEN KONSEP TEORI DAN PRAKTEK

## BAB 12: TANTANGAN DAN ARAH MANAJEMEN DALAM MASA DEPAN

Anggi Putri Aria Gita, SKM., MKM

Universitas Kusuma Husada Surakarta

---

# BAB 12

## TANTANGAN DAN ARAH MANAJEMEN DALAM MASA DEPAN

---

### A. PENDAHULUAN

Selain menghadapi masalah keragaman individu yang tidak mudah untuk diselesaikan, seperti halnya keragaman Pendidikan, social, ekonomi dan politik, manajemen di Indonesia juga menghadapi masalah globalisasi, persaingan dan kesenjangan. Di era globalisasi, persaingan antara perusahaan-perusahaan lokal semakin kompetitif dan berdaya saing. Bersamaan dengan hal tersebut, kekuatan tawar menawar dari para pembeli dan pemasok lokal, nasional maupun internasional merupakan salah satu ancaman yang tidak bisa diabaikan dan harus diselesaikan. Munculnya produk-produk pengganti, produk tiruan yang dapat dengan mudah masuk ke pasar local dan Nasional. Ditambah lagi dengan munculnya teknologi dan system informasi yang mengakibatkan munculnya perusahaan-perusahaan digital atau *start up* yang lebih mudah diakses dan digunakan, maka tingkat persaingan antar perusahaan digital atau *start-up* menjadi semakin berat dan ketat sehingga perusahaan harus memiliki keunggulan dan kekuatan eksternal maupun internal. Kekuatan internal maupun eksternal dalam sebuah organisasi merupakan alat dalam keberhasilan manajemen di era globalisasi sangatlah diperlukan, yang terdiri dari empat fungsi dasar manajemen yaitu: *Planning*, *Organizing*, *Actuating*, dan *Controlling*. Sebuah organisasi yang dapat menjalankan fungsi manajemen dengan baik, maka akan tercapai tujuan dari sebuah manajemen sesuai dengan yang diharapkan, yaitu efektif dan efisien. Semakin meningkatnya kompleksitas tantangan dan persaingan dalam era

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Rohman. 2018. Dasar-dasar Manajeimein Publiik. Malang : Eimpat Dua
- Amiirullah. 2015. Manajeimein Strateigii Teiorii-Konseip-Kiineirja. Jakarta:Mitra Wacana Meidiia.
- Hiitt, Miichaeil.A., Iireiland, R.D., Hokiisson, Robeirt.Ei. 1997. Manajeimein Strateigiis, Eidiisii Peirtama. Jakarta: Peineirbiit Eirlangga.
- Karyoto. 2016. Dasar-dasar Manajeimein : Teiorii, Deifiiniisii dan Konseip. Yogyakarta : Peineirbiit Andii.
- Kotleir, Phiiliip. 1977. Manajeimein Peimasaran (Eidiisii Keitujuh). Jakarta: PT Preihalliindo.
- Sukarna. 2011. Dasar-Dasar Manajeimein. Bandung:CV. Mandar Baju.
- Porteir, Miichaeil.Ei. 1996. Strateigii Beirsaiing (Eidiisii Keideilapan). Jakarta: Peineirbiit Eirlangga.
- Riichard L. Daft. 2011. Neiw Eira Of Manageimeint. Jakarta: Saleimba Eimpat



**PROFIL PENULIS**



### **Jeni Irnawati, S.E., M.M**



Penulis lahir di Jakarta, 20 Juni 1991. Telah menyelesaikan studi S1 dan S2 di Universitas Pamulang tahun 2015 dan 2017 saat ini penulis sedang melanjutkan kuliah doktoral di Universitas Negeri Jakarta. Penulis saat ini aktif mengajar di Universitas Pamulang sebagai dosen tetap dari tahun 2018 dengan homebase Prodi Manajemen. Penulis sebagai Asesor di Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) UNPAM skema Sertifikasi Manajemen. Penulis menjadi penerima Hibah Dikti atas penelitiannya. Selain aktif dalam meneliti, penulis juga aktif menulis buku refrensi, bookchapter, artikel dan Jurnal dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara serta masyarakat umum.

### **Novia Ruth Silaen, S.E., M.M**



Penulis dilahirkan di Medan, 9 November 1969. Sejak tahun 2008 sampai sekarang menjadi dosen tetap di Universitas Darma Agung Medan. Sebagai akademisi, aktif melakukan kegiatan Tri Darma, yaitu Kegiatan Pengajaran yang mengampu beberapa mata kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Agung. Pernah ditugaskan sebagai Ketua Program Studi D3 Administrasi Bisnis di Universitas Darma Agung pada tahun 2011 dan menduduki jabatan Dekan Fakultas Ekonomi di Universitas Darma Agung selama 1 periode pada tahun 2014 – 2018. Saat ini ditugaskan sebagai Wakil Rektor II di Institut Sains & Teknology TD Pardede Medan. Kegiatan Penelitian yang pernah dilakukan adalah *The Strategies To Achieve Darma Agung University Performance* pada tahun 2017 dalam *Unimed International Conference Economics and Business* di Medan dan *The Effect Of Work Motivation And Climate On Job Satisfaction And Employee Performance At The Danau Toba International Medan*. Kedua penelitian tersebut sudah dipublikasikan di jurnal dan sudah didaftarkan di HKI tahun 2018. Pada November 2020 *Call for Book Chapter* Sosiologi Komunikasi. *The 3<sup>rd</sup> Call*

*for Book Chapter on Jan 2021 Manajemen Perbankan. Pada Mei 2021 The 4<sup>th</sup> Call for Book Chapter Kinerja Karyawan.* Seluruh buku sudah terdaftar di HKI pada tahun yang sama.

### **Fandra Dikhi Januardani, S.E., M.M.**



Seorang Penulis dan Dosen Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MARS Pematangsiantar Sumatera Utara. Lahir di Deli Serdang, 18 Januari 1991. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan bapak H. Juarso, S.E., M.Si. dan Ibu Sutrisna Ningsih. Ia menamatkan pendidikan program Sarjana (S1) di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara prodi

Manajemen konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Pembangunan Panca Budi Medan prodi Magister Manajemen konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). Penulis menekuni bidang Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dan Manajemen Pemasaran.

### **Dearma Sariani Sinaga, S.T., S.M., M.M**



Penulis lahir di Medan, 15 Januari 1989 dari pasangan Ibu Masiah Silalahi seorang Ibu Rumah Tangga yang bisa diandalkan dalam segala hal dan Bapak (Alm) Ir, Julhendri Sinaga, MT. Sekarang penulis aktif sebagai Dosen di Program Studi (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Agung. Untuk menjadi seorang Dosen yang professional penulis aktif sebagai peneliti, menulis

buku ajar dan buku kolaborasi baik dengan dana pribadi, perguruan tinggi atau bantuan dana dari LLDIKTI. Beberapa judul buku kolaborasi penulis Manajemen Sumber Daya Manusia (Data, Analisis dan Pengembangan SDM), Psikologi Industri & Organisasi, Manajemen Sumber Daya Aparatur Sipil Negara. Penulis juga aktif di program Merdeka Belajar Kampus Merdeka yang dilaksanakan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

## **Erlina Puspitaloka Mahadewi, S.E., M.M., MBL., CMA**



Penulis saat ini merupakan Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul Jakarta Indonesia, Program Studi Manajemen. Penulis juga mengajar sebagai Dosen Tamu (PAMU) di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia (UI) Depok, serta Dosen Tamu mengajar di S2 Paska Sarjana Magister di Universitas Respati Nusantara (URINDO) terkait mata ajar yang beririsan dengan

Ekonomi, Manajemen dan Kesehatan. Penulis adalah lulusan Magister Manajemen Pasca Sarjana dari Universitas Diponegoro (UNDIP), Semarang Indonesia, jurusan Bisnis dan Strategi Pemasaran, juga memegang program gelar ganda Magister Hukum Bisnis dari West Coast Institute of Management & Technology, Perth dan IBLAM Jakarta, fokus pada *Corporate Legal Drafting dan Business Law in Healthcare*. Penulis saat sedang menyelesaikan S3 Doktornya di Universitas Mercu Buana Jakarta, Indonesia dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran Bisnis. Sebagai Akademisi Penulis telah banyak meraih penghargaan Nasional dan Internasional. Penulis juga memiliki latar belakang akademis yang kuat serta pengalaman untuk menangani bisnis dan pemasaran group rumah sakit dengan jaringan kerja yang luas atau perawatan kesehatan internasional termasuk jangkauan jaringan rumah sakit serta sistem rujukannya. Penulis memiliki pengetahuan dan pengalaman nasional dan internasional serta sertifikasi profesional tentang pemasaran, juga komunikasi pemasaran dalam bisnis kesehatan, termasuk bagaimana menangani krisis pelanggan, segmen klien kesehatan, konsumen dan media kesehatan, bagaimana mengembangkan kepercayaan publik untuk menciptakan hubungan terbaik, reputasi, serta aktivitas manfaat strategi pemasaran bagi bisnis perusahaan. Tulisan ini dibuat agar dapat menjadi informasi yang bermanfaat dalam menetapkan strategi pemasaran, harapan penulis dapat tercapai dan menjadi panduan Perusahaan dalam berstrategi bisnis dan berstrategi pemasaran

### **Irdha Yusra, S.E., M.Sc**



Penulis lahir di kota Solok, Sumatera Barat, pada 2 Februari 1989, adalah seorang akademisi dan peneliti berbakat. Ia meraih gelar Sarjana (S.E) dari Universitas Negeri Padang dan program Magister (M.Sc) di Universitas Gadjah Mada, dengan fokus keilmuan pada Manajemen Keuangan. Saat ini, dalam perannya yang penuh dedikasi, ia mengabdikan diri sebagai seorang dosen di Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Padang. Pengetahuan dan pengalamannya yang luas membuatnya menjadi mentor bagi generasi muda yang berusaha menggali potensi mereka. Ia bukan hanya seorang pendidik, tetapi juga seorang sumber inspirasi yang tekadnya untuk berbagi ilmu dan pengalaman merupakan salah satu amal jariahnya. Ia adalah sosok yang membantu generasi muda (terutama mahasiswa dan mahasiswi) untuk mencapai puncak potensi mereka dalam melintasi dunia pendidikan yang penuh tantangan. Dengan tekad yang kuat, ia membimbing mereka menuju keberhasilan yang mengesankan, menjadikannya teladan yang luar biasa bagi mereka yang berjuang dalam perjalanan akademik mereka.

### **Madya Ahdiyati, S.E., M.M**



Penulis lahir di Bandung, 43 tahun yang lalu dan diberi nama Madya Ahdiyati. Menyelesaikan Sarjana Ekonomi dan Magister Manajemen di Kota Bandung dan sekarang adalah kandidat Doktor Manajemen Pendidikan di Universitas Islam Nusantara Bandung. Diangkat menjadi PNS pada tahun 2006 di Pemerintah Kabupaten Bandung dari Formasi Umum dan sekarang sedang meniti karir dalam Jabatan Fungsional (JF) Widyaiswara Ahli Muda pada Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kabupaten Bandung Barat sejak tahun 2018. Penulis juga mengabdikan diri sebagai Dosen dan Wakil Rektor I Bidang Akademik di Universitas Halim Sanusi Persatuan Ummat Islam Bandung. Hobi penulis adalah membaca buku dan traveling.

Buku yang sering dibaca adalah novel dan buku manajemen. Telah melaksanakan Umroh (2016) dan pernah berkunjung ke Singapura, Malaysia, Thailand, China (2017), Mesir, Jordan dan Palestina (2018). Malang-Bromo, Lombok dan Bali adalah destinasi favorit di dalam negeri. Penulis telah menulis sejumlah buku, diantaranya: Suplemen Ketahanan Keluarga (2019), Ekonomi Makro (2020), Platform Asesmen Pembelajaran (2020), Merdeka Menulis (2020), Pengembangan SDM Perguruan Tinggi (2020), Ekonomi Politik (2020), Manajemen Operasional (2020), Arsitektur Pengembangan Kompetensi Perbankan Syariah (2021), The Great Leader & The Ultimate Manager (2021), The Next Development Competencies & Corporate University (2021), Dosen Merdeka (2021), Mengelola SDM Produktif dan Unggul (2021), Pemasaran Kontemporer (2021), Pendidikan Kewarganegaraan (2022), Pendidikan Pancasila (2022), Dasar Kepemimpinan dan Pengambilan Keputusan (2022) dan Human Resources and Organization Development (2022). Penulis dapat dihubungi melalui email [madyaabufathi@gmail.com](mailto:madyaabufathi@gmail.com)

### **Acai Sudirman, S.E., M.M**



Penulis lahir di Lubuk Pakam, 15 Maret 1989, lulus dari Jurusan Sarjana Manajemen dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung pada tahun 2016. Gelar Magister Manajemen diperoleh dari program Magister Manajemen Fakultas Pascasarjana Universitas HKBP Nommensen Medan dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran dan lulus pada tahun 2018. Saat ini aktif mengajar pada Sekolah

Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung pada Program Studi Manajemen. Selain sebagai dosen, penulis mengisi waktu sehari-hari dengan menulis dan telah menulis buku lebih dari 80-an dengan topik manajemen dan bisnis. Selain aktif menulis buku, penulis juga mulai belajar menjadi editor buku. Penulis menargetkan di akhir tahun 2023 bisa menghasilkan sebanyak 200 buku, baik sebagai penulis maupun sebagai editor. Motto penulis “Talk Less Do More”.

## **Chairani Putri Pratiwi, B.Sc, M.Si**



Penulis lahir di Semarang, 9 Januari 1988. Penulis menyelesaikan Pendidikan S1 International Bio-Business, Tokyo University of Agriculture, Jepang dengan beasiswa penuh. Penulis melanjutkan S2 Magister Sains Agribisnis, Institut Pertanian Bogor dengan program Beasiswa Unggulan Dikti. Saat ini penulis sedang menempuh studi S3 pada Program Doktor Manajemen Agribisnis, Tokyo University of

Agriculture, Jepang dengan sponsorship The Southeast Asian Regional Center for Graduate Study and Research in Agriculture (SEARCA). Setelah menyelesaikan studi S2, penulis menjadi Dosen Tidak Tetap di Departemen Agribisnis IPB sejak 2015 sampai Agustus 2021. Pada September 2021, penulis menjadi Dosen Tetap di Prodi Manajemen, BINUS Business School (Undergraduate Program) dan Binus Entrepreneurship Center. Selain aktif sebagai dosen yang mengajarkan Mata Kuliah bidang Bisnis dan Kewirausahaan, ia juga aktif sebagai pendamping kewirausahaan/UMKM (2017-sekarang) tersertifikasi oleh BNSP, staf Inkubator Bisnis (Incubie-IPB, 2016-2018) dan trainer ASEAN Business Incubator Network (2019-sekarang). Di luar jam kerja, ia juga aktif menjadi pengajar Bahasa Jepang dan Bahasa Indonesia bagi Ekspatriat dan menghabiskan waktu produktif dengan berwirausaha di bidang kecantikan dan jasa. Pengalaman praktis serta mengikuti perkembangan kewirausahaan menjadi kasus menarik baginya untuk selalu diamati dan dianalisa. Melalui dunia wirausaha dan menjalin jejaring dengan pelaku usaha /UMKM menjadi definisi ikigai, salah satunya bagaimana menemukan kebahagiaan melalui sharing dan menemukan solusi di setiap kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha. Hal ini menjadi penyeimbang dalam penguasaan teori kewirausahaan dan praktis dalam berwirausaha.

### **Dr. Helin G Yudawisastra, S.E., M.Si**



Penulis merupakan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bandung. Menempuh program S1 dan S2 di Jurusan Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Padjadjaran. Menyelesaikan studi program Doktor Ilmu Manajemen dengan bidang keahlian keberlanjutan (*sustainability*) di Universitas Padjadjaran.

### **Anggi Putri Aria Gita, SKM., M.KM**



Penulis bernama lengkap Anggi Putri Aria Gita, SKM., M.KM, lahir di Bandar Lampung, 31 Januari 1997, ia adalah anak kedua dari dua bersaudara. Penulis merupakan alumni dari Program Sarjana Kesehatan Masyarakat Universitas Muhammadiyah Surakarta, dan Program Pascasarjana Kesehatan Masyarakat Universitas Sebelas Maret. Saat ini penulis berprofesi

sebagai seorang dosen di Program Sarjana Administrasi Kesehatan, Universitas Kusuma Husada Surakarta.

### **Dr. Ir. Dipa Teruna Awaludin, B.Sc., S.E. Ak., M.M., M.Ak., C.A.**



Penulis merupakan dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang lahir sebagai Putra Minang pada 15 Oktober 1957. Setelah Menamatkan SLTA di Padang, Sumatera Barat pada tahun 1976, beliau bekerja di PT Sinkronika (1977-1979), Penerbit Ikhwan, Jakarta (1979-1986), dan Kelompok Usaha Kalimantan Industri Perkayuan Terpadu, Jakarta - Samarinda (1986-2002). Beliau

menyelesaikan studi S1 Teknik Industri pada UPN Veteran Jakarta (1979-1983) dan D4 Manajemen Industri pada Sekolah Tinggi Manajemen Industri Departemen Perindustrian RI (1983-1989). Gelar Magister

Manajemen pada bidang keuangan ditempuhnya pada STIE IPWI (1996-1998), sebelum menempuh studi S1 Akuntansi pada Universitas Muhammadiyah Jakarta (2005-2008). Pada tahun 2008-2009, beliau mengambil gelar Magister Akuntansi di Universitas Budi Luhur, kemudian lanjut mengambil Profesi Akuntan di Universitas Mercu Buana pada 2009-2010 dengan Register Negara, dan gelar profesi *Chartered Accountant (CA)* pada tahun 2013. Adapun gelar Doktor Ilmu Ekonomi Konsentrasi Akuntansi pada Universitas Hasanuddin diperolehnya pada 30 Maret 2022. Beliau mulai mengajar sejak tahun 1997 dan bergabung di Universitas Nasional sejak tahun 2003. Beberapa perguruan tinggi tempat beliau pernah mengajar berbagai mata kuliah akuntansi dan manajemen industri antara lain ISTN, STEI, STIE IPWI, UPN Veteran Jakarta, STIE BP, STMA Trisakti, dan STMI Kementerian Perindustrian. Hingga saat ini, beliau juga aktif terdaftar sebagai anggota IAI dan PII.

### **Mulawarman Awaloedin, S.Si., M.M.**



Saat ini bekerja sebagai dosen di Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi (STMA) Trisakti atau *Trisakti School of Insurance*, pada Program Studi Aktuaria. Sejak 5(lima) tahun terakhir mengembangkan pelatihan matematika veda untuk siswa dan guru-guru di *platform* aku pintar, serta guru-guru disabilitas netra. Selain itu pernah juga memberikan pelatihan metodologi penelitian dan Statistika lanjut di BPJS Kesehatan, Kantor Pusat. Menjadi Ketua tim peneliti STMA Trisakti-OJK (Otoritas Jasa Keuangan) untuk penelitian identifikasi teknologi digital dalam memasarkan produk dan jasa asuransi mikro di Jabodetabek dan wilayah Cirebon. Penelitian yang dilakukan berfokus pada bisnis asuransi dan keuangan. Beberapa mata kuliah yang diampu diantaranya, Bisnis Asuransi dan Keuangan, Pengantar Bisnis, Ekonomi Mikro dan Makro, Asuransi Mikro, Kewirausahaan dan Asuransi Uang. Selain sebagai dosen pengampu mata kuliah bersertifikasi, juga tergabung dalam *networking marketing* pada pencapaian produsen perak ke platinum.



# *Manajemen* **KONSEP TEORI & PRAKTEK**

Perkembangan Manajemen memiliki sejarah yang tidak jauh berbeda dengan perkembangan manusia, maksudnya adalah manajemen ada semenjak manusia ada di bumi ini dan berkembang seiring berjalannya waktu dengan menyesuaikan kebutuhan hidup sesuai zamannya. Contohnya pada saat zaman purba (zaman batu), dimana manusia menggunakan batu sebagai alat dasar untuk pembuatan alat-alat untuk digunakan dalam kehidupannya yang tentunya membutuhkan keterampilan serta keahlian dalam membuatnya. Sedangkan dalam perkembangan saat ini dengan adanya ilmu pengetahuan dan teknologi, manusia juga menggunakan IPTEK untuk mencapai tujuan hidupnya, begitu juga ilmu manajemen yang berkembang sesuai dengan zamannya. Manajemen sangat penting dipelajari dalam kehidupan sehari-hari karena dengan mempelajarinya akan memudahkan manusia dalam menjalankan pekerjaannya. Alasan utama perlunya manajemen adalah untuk bisa mencapai tujuan, menjaga keseimbangan antara tujuan terutama tujuan yang tidak sejalan dan untuk tercapainya efisiensi serta efektifitas karena keberhasilan suatu pekerjaan atau kegiatan dapat dilihat dari manajemennya. Manajemen yang baik dan teratur akan menghasilkan pekerjaan yang baik dan bisa meningkatkan tingkat keberhasilan. Perkembangan manajemen telah dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk perubahan dalam teknologi, globalisasi, dan semakin pentingnya industri berbasis pengetahuan. Secara singkat, pengembangan manajemen telah menjadi proses yang panjang dan kompleks yang telah dibentuk oleh berbagai faktor sejarah, sosial, dan ekonomi.