



Editor:

Raffles Ginting, S.E., M.Ak.

*Isu Terkini*

**Riset Manajemen**

**Bisnis dan Ekonomi**

Luhglatno | Betanika Nila Nirbita | Yudi Tusri | Ana Fitriana | Supriyono  
Muhammad Umar A | Harry Setiawan | Fara Dina | Wisang Candra Bintari  
Eni Erwantiningsih | Mirdha Fahlevi SI | Natalia Widiasari | Arif Nugroho Rachman  
Endang Sungkawati | Martini | Maidalena | Magdalena Lestari Ginting | Prita Prasetya

*Isu Terkini*

# Riset Manajemen Bisnis dan Ekonomi

Dalam penelitian manajemen bisnis dan ekonomi, model inovasi sangat penting untuk memahami bagaimana ide-ide baru dapat mengubah ekonomi dan organisasi secara keseluruhan. Kerangka kerja yang diberikan oleh model ini digunakan untuk menganalisis proses inovasi, menemukan komponen yang mempengaruhi keberhasilannya, dan membuat rencana untuk mendorong inovasi. Salah satu peran utama model inovasi dalam penelitian manajemen bisnis dan ekonomi adalah membantu dalam pemahaman yang lebih mendalam tentang proses inovasi.

Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademisi, terkhusus mahasiswa yang sedang mengikuti mata kuliah Metode Penelitian ataupun siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh. Terbitnya buku ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai konsep Isu Terkini Riset Manajemen Bisnis dan Ekonomi.

Bab yang dibahas dalam buku ini meliputi:

Bab 1 Model Inovasi dalam Riset Bisnis dan Ekonomi Berbasis Isu Terkini

Bab 2 *Green and Blue Economy*

Bab 3 Ekonomi Politik Lingkungan Global

Bab 4 Manajemen Budaya Organisasi

Bab 5 Manajemen Konflik dalam Organisasi

Bab 6 Manajemen Inovasi dan Kreativitas

Bab 7 Manajemen Perubahan Berbasis Strategi

Bab 8 Manajemen Digital Berbasis AI

Bab 9 Manajemen Hijau dan Keberlanjutan

Bab 10 Manajemen Bisnis dan Ekonomi Biru

Bab 11 *Talent Management*

Bab 12 Manajemen Isu dan Krisis:

Perspektif Sibernetik dalam Pengelolaan Isu dan Krisis

Bab 13 *Managing Knowledge*

Bab 14 Manajemen Bisnis Pariwisata

Bab 15 Manajemen Biaya dalam Bisnis

Bab 16 Ekonomi Budaya dan Investasi

Bab 17 *Viral Marketing dan Trend Jacking*

Bab 18 Manajemen *Brand*



0858 5343 1992

eurekamediaaksara@gmail.com

Jl. Banjaran RT.20 RW.10

Bojongsari - Purbalingga 53362



DIREKTORAT JENDERAL KEHAKSIHATAN INTELEKTUAL  
KEMENTERIAN HUKUM & HAK ASASI MANUSIA RI

EC00202471883

ISBN 978-623-516-104-4



9 786235 161044

# ISU TERKINI RISET MANAJEMEN BISNIS DAN EKONOMI

Dr. Luhglatno, S.E., M.M., M.Si.  
Betanika Nila Nirbita, S.Pd., M.Pd.  
Yudi Tusri, S.E., M.Si.  
Ana Fitriana, S.E., M.M.  
Dr. Drs. Supriyono, M.Ed., CMBA.  
Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M.  
Harry Setiawan, S.E., M.M.  
Fara Dina, S.E., M.E  
Wisang Candra Bintari, S.E., M.M.  
Eni Erwantiningsih, S.E., M.M.  
Mirdha Fahlevi SI, S.E., M.S.M.  
Natalia Widiyari, S.IP., M.Si.  
Arif Nugroho Rachman, S.E., M.M., M.Ak.  
Dr. Endang Sungkawati, M.Si.  
Martini, S.E., M.Akt.  
Dr. Mardalena, S.T., M.M.  
Dr. Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., MPA., M.I.Kom.  
Dr. Prita Prasetya, S.Si., M.M.



**eureka**  
**media aksara**

**PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA**

## ISU TERKINI RISET MANAJEMEN BISNIS DAN EKONOMI

**Penulis** : Dr. Luhgiatno, S.E., M.M., M.Si. | Betanika Nila Nirbita, S.Pd., M.Pd. | Yudi Tusri, S.E., M.Si. | Ana Fitriana, S.E., M.M. | Dr. Drs. Supriyono, M.Ed., CMBA. | Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M. | Harry Setiawan, S.E., M.M. | Fara Dina, S.E., M.E | Wisang Candra Bintari, S.E., M.M. | Eni Erwantiningsih, S.E., M.M. | Mirdha Fahlevi SI, S.E., M.S.M. | Natalia Wideasari, S.IP., M.Si. | Arif Nugroho Rachman, S.E., M.M., M.Ak. | Dr. Endang Sungkawati, M.Si. | Martini, S.E., M.Akt. | Dr. Maidalena, S.T., M.M. | Dr. Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., MPA., M.I.Kom. | Dr. Prita Prasetya, S.Si., M.M.

**Editor** : Rafles Ginting, S.E., M.Ak.

**Desain Sampul** : Ardyan Arya Hayuwaskita

**Tata Letak** : Nur Aisah

**ISBN** : 978-623-516-104-4

**No. HKI** : EC00202471883

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, JULI 2024**  
**ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH**  
**NO. 225/JTE/2021**

### **Redaksi:**

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari  
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2024

### **All right reserved**

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

## PRAKATA

Puji syukur kami ucapkan kehadiran ALLAH SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan buku yang berjudul *Isu Terkini Riset Manajemen Bisnis dan Ekonomi*.

Dalam penelitian manajemen bisnis dan ekonomi, model inovasi sangat penting untuk memahami bagaimana ide-ide baru dapat mengubah ekonomi dan organisasi secara keseluruhan. Kerangka kerja yang diberikan oleh model ini digunakan untuk menganalisis proses inovasi, menemukan komponen yang mempengaruhi keberhasilannya, dan membuat rencana untuk mendorong inovasi. Salah satu peran utama model inovasi dalam penelitian manajemen bisnis dan ekonomi adalah membantu dalam pemahaman yang lebih mendalam tentang proses inovasi.

Topiknya meliputi Model Inovasi dalam Riset Bisnis dan Ekonomi Berbasis Isu Terkini, *Green and Blue Economy*, Ekonomi Politik Lingkungan Global, Manajemen Budaya Organisasi, Manajemen Konflik dalam Organisasi, Manajemen Inovasi dan Kreativitas

Bab 7 Manajemen Perubahan Berbasis Strategi, Manajemen Digital Berbasis AI, Manajemen Hijau dan Keberlanjutan, Manajemen Bisnis dan Ekonomi Biru, *Talent Management*, Manajemen Isu dan Krisis: Perspektif Sibernetik dalam Pengelolaan Isu dan Krisis, *Managing Knowledge*, Manajemen Bisnis Pariwisata, Manajemen Biaya dalam Bisnis, Ekonomi Budaya dan Investasi, *Viral Marketing* dan *Trend Jacking* dan Manajemen *Brand*

Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademisi, terkhusus mahasiswa yang sedang mengikuti mata kuliah Metode Penelitian ataupun siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh. Terbitnya buku ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai konsep Isu Terkini Riset Manajemen Bisnis dan Ekonomi.

Penulis merasa bahwa Buku Isu Terkini Riset Manajemen Bisnis dan Ekonomi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu segala masukan baik berupa saran maupun kritik yang membangun

sangat diharapkan. Semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih bagi keputakaan di Indonesia dan bermanfaat bagi kita semua.

Purbalingga, Juni 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
<b>BAB 1 MODEL INOVASI DALAM RISET BISNIS DAN EKONOMI BERBASIS ISU TERKINI.....</b>	<b>1</b>
Oleh : Dr. Luhglatno, S.E., M.M., M.Si.	
A. Pengantar Model Inovasi.....	1
B. Tinjauan Model Inovasi Tradisional.....	7
C. Model Inovasi Terbaru dalam Riset Manajemen Bisnis dan Ekonomi.....	12
D. Implementasi Model Inovasi pada Isu Terkini.....	25
E. Tantangan dan Peluang di Masa Depan .....	29
DAFTAR PUSTAKA .....	33
TENTANG PENULIS.....	36
<b>BAB 2 GREEN AND BLUE ECONOMY .....</b>	<b>37</b>
Oleh : Betanika Nila Nirbita, S.Pd., M.Pd.	
A. Konsep <i>Green Economy</i> .....	37
B. Teori <i>Green Economy</i> .....	39
C. Manfaat <i>Green Economy</i> .....	42
D. Indikator <i>Green Economy</i> .....	44
E. Konsep <i>Blue Economy</i> .....	46
F. Manfaat <i>Blue Economy</i> .....	48
G. Kebijakan <i>Blue Green Economy</i> .....	49
H. Kesimpulan.....	52
DAFTAR PUSTAKA .....	54
TENTANG PENULIS.....	55
<b>BAB 3 EKONOMI POLITIK LINGKUNGAN GLOBAL.....</b>	<b>56</b>
Oleh : Yudi Tusri, S.E., M.Si.	
A. Latar Belakang.....	56
B. Pengertian Ekonomi Politik.....	58
C. Faktor-Faktor Timbulnya Ekonomi Politik.....	58
D. Dampak Ekonomi Politik .....	60
E. Tujuan Ekonomi Politik Dalam Suatu Negara .....	61
F. Lingkungan Global .....	62

	G. Keuntungan Terhadap Lingkungan Global .....	63
	H. Manfaat Lingkungan Global.....	64
	I. Kesimpulan .....	65
	DAFTAR PUSTAKA.....	67
	TENTANG PENULIS.....	68
<b>BAB 4</b>	<b>MANAJEMEN BUDAYA ORGANISASI.....</b>	<b>69</b>
	Oleh : Ana Fitriana, S.E., M.M.	
	A. Pendahuluan .....	69
	B. Bidang Kajian Riset Manajemen Budaya Organisasi.....	72
	C. Kesimpulan .....	85
	DAFTAR PUSTAKA.....	87
	TENTANG PENULIS.....	91
<b>BAB 5</b>	<b>MANAJEMEN KONFLIK DALAM ORGANISASI ....</b>	<b>92</b>
	Oleh : Dr. Drs. Supriyono, M.Ed., CMBA.	
	A. Pendahuluan .....	92
	B. Pratinjau konflik dan manajemen konflik dalam organisasi.....	93
	C. Jenis-Jenis, Penyebab, dan Ekses Konflik dalam Organisasi.....	95
	D. Peran Kepemimpinan Dalam Manajemen Konflik....	98
	E. Strategi Resolusi Konflik Yang Efektif .....	100
	F. Proses Tindakan Manajemen Konflik .....	106
	G. Kesimpulan .....	109
	DAFTAR PUSTAKA.....	111
	TENTANG PENULIS.....	116
<b>BAB 6</b>	<b>MANAJEMEN INOVASI DAN KREATIVITAS.....</b>	<b>118</b>
	Oleh : Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M.	
	A. Pendahuluan .....	118
	B. Manajemen Inovasi dan Kreativitas.....	119
	C. Kesimpulan .....	130
	DAFTAR PUSTAKA.....	132
	TENTANG PENULIS.....	135
<b>BAB 7</b>	<b>MANAJEMEN PERUBAHAN BERBASIS STRATEGI.....</b>	<b>136</b>
	Oleh : Harry Setiawan, S.E., M.M.	
	A. Pendahuluan .....	136



B.	Konsep Dasar Manajemen Perubahan .....	137
C.	Pendekatan Strategis dalam Manajemen Perubahan .....	139
D.	Tahapan Implementasi Manajemen Perubahan Berbasis Strategi .....	142
E.	Kepemimpinan dalam Manajemen Perubahan Berbasis Strategi .....	145
F.	Studi Kasus Manajemen Perubahan Berbasis Strategi .....	147
G.	Tren dan Tantangan Manajemen Perubahan di Era Disrupsi .....	150
H.	Kesimpulan dan Rekomendasi .....	152
I.	Arah Penelitian Masa Depan.....	154
	DAFTAR PUSTAKA .....	155
	TENTANG PENULIS.....	160
<b>BAB 8</b>	<b>MANAJEMEN DIGITAL BERBASIS AI.....</b>	<b>161</b>
	Oleh : Fara Dina, S.E., M.E	
A.	Pendahuluan.....	161
B.	Pengantar Manajemen Digital dan AI.....	163
C.	Dasar-dasar AI untuk Manajemen Digital.....	166
D.	Implementasi AI dalam Proses Bisnis .....	167
E.	Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis AI .....	169
F.	AI untuk Pengambilan Keputusan Manajerial .....	171
G.	Etika dan Tantangan dalam Manajemen Digital Berbasis AI .....	173
H.	Studi Kasus dan Contoh Implementasi.....	175
I.	Tantangan dan Peluang Masa Depan.....	177
J.	Kesimpulan.....	179
	DAFTAR PUSTAKA .....	181
	TENTANG PENULIS.....	182
<b>BAB 9</b>	<b>MANAJEMEN HIJAU DAN KEBERLANJUTAN .....</b>	<b>183</b>
	Oleh : Wisang Candra Bintari, S.E., M.M.	
A.	Pendahuluan.....	183
B.	Urgensi Manajemen Hijau dan Berkelanjutan.....	186
C.	Konsep Dasar Manajemen Hijau .....	188
D.	Praktik Manajemen Hijau.....	191

E. Strategi Keberlanjutan dalam Bisnis .....	194
F. Dampak Sosial dan Ekonomi dari Praktik Hijau dan Berkelanjutan .....	197
G. Kesimpulan .....	202
DAFTAR PUSTAKA .....	204
TENTANG PENULIS .....	207
<b>BAB 10 MANAJEMEN BISNIS EKONOMI BIRU.....</b>	<b>208</b>
Oleh : Eni Erwantiningsih, S.E., M.M.	
A. Pendahuluan .....	208
B. Manajemen Bisnis .....	210
C. Kesimpulan .....	222
DAFTAR PUSTAKA .....	224
TENTANG PENULIS .....	226
<b>BAB 11 TALENT MANAGEMENT .....</b>	<b>227</b>
Oleh : Mirdha Fahlevi SI, S.E., M.S.M.	
A. Pendahuluan .....	227
B. Langkah-Langkah Manajemen Talenta dalam Organisasi .....	230
C. Identifikasi <i>Talent</i> dalam Organisasi .....	232
D. Penutup : Contoh Implementasi Kebijakan Manajemen Talenta .....	242
DAFTAR PUSTAKA .....	247
TENTANG PENULIS .....	249
<b>BAB 12 MANAJEMEN ISU DAN KRISIS: PERSPEKTIF SIBERNETIK DALAM PENGELOLAAN ISU DAN KRISIS .....</b>	<b>250</b>
Oleh : Natalia Widiyanti, S.IP., M.Si.	
A. Pendahuluan .....	250
B. Membedakan Isu dan Krisis .....	252
C. Pahami Krisis .....	254
D. Ketidakpastian saat Krisis .....	259
E. Nilai Sebuah Kepercayaan .....	262
F. Perspektif Sibernetik .....	264
G. Kesimpulan .....	268
DAFTAR PUSTAKA .....	270
TENTANG PENULIS .....	273

<b>BAB 13</b>	<b>MANAGING KNOWLEDGE .....</b>	<b>274</b>
	Oleh : Arif Nugroho Rachman, S.E., M.M., M.Ak.	
	A. Pendahuluan.....	274
	B. <i>Knowlegde Management</i> .....	276
	C. <i>Knowledge Life Cycle</i> .....	277
	D. Organisasi Pengetahuan .....	279
	E. Penciptaan Pengetahuan (Knowledge Creation).....	280
	F. Asset Tidak Berwujud (Intangible Asset) .....	281
	G. Kesimpulan.....	283
	DAFTAR PUSTAKA .....	285
	TENTANG PENULIS .....	286
<b>BAB 14</b>	<b>MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA .....</b>	<b>287</b>
	Oleh : Dr. Endang Sungkawati, M.Si.	
	A. Pendahuluan.....	287
	B. Pengertian Bisnis Pariwisata .....	292
	C. Manajemen Bisnis Pariwisata.....	294
	D. Kesimpulan.....	299
	DAFTAR PUSTAKA .....	301
	TENTANG PENULIS .....	304
<b>BAB 15</b>	<b>MANAJEMEN BIAYA DALAM BISNIS .....</b>	<b>305</b>
	Oleh : Martini, S.E., M.Akt.	
	A. Pendahuluan.....	305
	B. Pentingnya Manajemen Biaya.....	307
	C. Konsep Biaya .....	309
	D. <i>Activity Based Costing</i> Sebagai Alternatif Bisnis .....	313
	E. Pembebanan Biaya Overhead ke dalam Aktivitas Produksi .....	317
	F. Kesimpulan.....	319
	DAFTAR PUSTAKA .....	321
	TENTANG PENULIS .....	323
<b>BAB 16</b>	<b>EKONOMI BUDAYA DAN INVESTASI .....</b>	<b>324</b>
	Oleh : Dr. Maidalena, S.T., M.M.	
	A. Pendahuluan.....	324
	B. Dasar-Dasar Ekonomi Budaya .....	327
	C. Pengaruh Budaya terhadap Investasi.....	328

D. Studi Kasus: Interaksi Budaya dan Keputusan	
Investasi .....	334
E. Tantangan dan Peluang .....	337
F. Pertimbangan Etis dalam Investasi Budaya .....	342
G. Kesimpulan .....	347
H. Contoh Soal .....	349
DAFTAR PUSTAKA .....	350
TENTANG PENULIS .....	352
<b>BAB 17 VIRAL MARKETING DAN TREND JACKING .....</b>	<b>353</b>
Oleh : Dr. Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., MPA., M.I.Kom.	
A. Pendahuluan .....	353
B. <i>Social Media Network</i> .....	354
C. Metode Jaringan Komunikasi Pemasaran .....	356
D. Design Metode Jaringan Komunikasi <i>Viral</i> <i>Marketing</i> .....	358
E. Tipe Relasi dan Arah dalam Analisis Jaringan Komunikasi Pemasaran .....	361
F. <i>Trend Jacking</i> .....	362
G. Kesimpulan .....	363
DAFTAR PUSTAKA .....	364
TENTANG PENULIS .....	366
<b>BAB 18 MANAJAMEN BRAND .....</b>	<b>367</b>
Oleh : Dr. Prita Prasetya, S.Si., M.M.	
A. Pendahuluan .....	367
B. Konsep <i>Brand Meaning</i> .....	369
C. <i>Branding Strategies</i> .....	371
D. B2B Branding .....	374
E. <i>International Branding</i> .....	376
F. <i>Sustainability Branding</i> .....	377
G. Kesimpulan .....	380
DAFTAR PUSTAKA .....	382
TENTANG PENULIS .....	384

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 5.1</b>	Model Proposif Proses Tindakan Manajemen Konflik .....	108
<b>Gambar 9.1</b>	<i>Environmental Performance Management Solution</i> 185	
<b>Gambar 11.1</b>	Langkah-Langkah Manajemen Talenta .....	230
<b>Gambar 11.2</b>	Digram Pengelompokan Pegawai Menurut Lance A Berger dan Drothy R Berger (2004) .....	235
<b>Gambar 11.3</b>	Sembilan matrix talent management .....	238
<b>Gambar 11.4</b>	Kotak Manajemen Talenta Kemenpan RB Republik Indonesia.....	244
<b>Gambar 17.1</b>	Gambar Jaringan dalam Keluarga.....	356
<b>Gambar 17.2</b>	Gambar Jaringan Pertemanan .....	356
<b>Gambar 17.3</b>	Contoh Gambar Jaringan Rekomendasi Produk Sebuah Buku Akademis .....	357
<b>Gambar 17.4</b>	Contoh Gambar Jaringan Rekomendasi Produk Sebuah Novel .....	357
<b>Gambar 17.5</b>	Logo Duolingo .....	363
<b>Gambar 18.1</b>	<i>Strategic diagram of sustainability branding thematic clusters</i> .....	379

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 11.1</b>	Kebijakan Pengelolaan Pegawai Berdasarkan Kelompok Hasil Penilaian Pegawai.....	236
<b>Tabel 11.2</b>	Pengembangan Pegawai Berdasarkan 9 Matrix Talent Management.....	239
<b>Tabel 11.3</b>	Rekomendasi Pengembangan Pegawai Berdasarkan Kotak Talenta.....	245
<b>Tabel 17.1</b>	Tabel Tipe dan Arah Relasi dalam Analisis Jaringan Komunikasi Pemasaran.....	361

# BAB 1

## MODEL INOVASI DALAM RISET BISNIS DAN EKONOMI BERBASIS ISU TERKINI

**Dr. Luhglatno, S.E., M.M., M.Si.**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara

### **A. Pengantar Model Inovasi**

Konsep inovasi telah menarik perhatian para peneliti, praktisi, dan pemimpin organisasi dalam dunia bisnis dan ekonomi yang terus berubah. Model inovasi menjadi landasan penting untuk memahami, merencanakan, dan menerapkan solusi kreatif yang relevan sebagai tanggapan terhadap tantangan yang semakin kompleks. Pada kesempatan ini, kita akan mempelajari dasar model inovasi, menjelaskan peran pentingnya dalam penelitian manajemen bisnis dan ekonomi, dan menggali hubungannya dengan masalah kontemporer yang memengaruhi dunia kita.

#### **1. Definisi Model Inovasi**

Untuk menciptakan ide-ide baru, menciptakan nilai tambah, dan menerapkan perubahan pada suatu organisasi, produk, layanan, atau proses, model inovasi membantu organisasi memahami dan mengelola proses inovasi sehingga mereka dapat mempercepat pengembangan produk, meningkatkan daya saing, dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah.

Model inovasi adalah pendekatan sistematis atau kerangka konseptual yang digunakan untuk menciptakan, mengembangkan, dan menerapkan solusi kreatif yang

## DAFTAR PUSTAKA

- Audretsch, D. B., and M. Belitski. 2017. "Entrepreneurial Ecosystems in Cities: Establishing the Framework Conditions." *Journal of Technology Transfer* 42 (5): 1030-1051.
- Bharadwaj, A., O. A. El Sawy, P. A. Pavlou, and N. Venkatraman. 2013. "Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights." *MIS Quarterly* 37 (2): 471-482.
- Bijker, W. E., T. P. Hughes, and T. J. Pinch. 2012. *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology*. MIT Press.
- Bown, C. P. 2020. *The US-China Trade War*. . World Scientific.
- Carayannis, E. G., and D. F. Campbell. 2009. "'Mode 3" and "Quadruple Helix": Toward a 21st Century Fractal Innovation Ecosystem." *International Journal of Technology Management* 46 (3/4): 201-234.
- Chesbrough, H. 2003. *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business Press.
- Chesbrough, H. 2019. "To Recover Faster from Covid-19, Open Up: Managerial Implications from an Open Innovation Perspective." *Industrial Marketing Management* 88: 410-413.
- Chesky, B. 2017. "How Airbnb Designs for Trust." *Harvard Business Review* 95 (5): 58-65.
- Christensen, C. M. 2015. *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business Review Press.
- Elkington, J. 2018. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Routledge.
- Fagerberg, J., D. C. Mowery, and R. R. Nelson. 2012. *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford University Press.



- Gassmann, O., K. Frankenberger, and M. Csik. 2010. *The Business Model Navigator: 55 Models That Will Revolutionise Your Business*. Pearson Education.
- Huston, L., and N. Sakkab. 2006. "Connect and Develop: Inside Procter & Gamble's New Model for Innovation." *Harvard Business Review* 84 (3): 58-66.
- IKEA, Sustainability, Reporting. 2021. "Retrieved from <https://www.ikea.com/us/en/this-is-ikea/sustainability/>."
- Kshetri, N. 2018. "Blockchain's roles in strengthening cybersecurity and protecting privacy." *Telecommunications Policy* 42 (10): 837-848.
- Luhglatno. 2020. *Inovasi Terbuka Dengan Kekhasan Yang Optimal Sebagai Katalisator Peningkatan Perilaku Kerja Inovatif*. Salatiga: Fakultas Ekonomi dan Bisnis - UKSW.
- O'Reilly, C. A., and M. L. Tushman. 2018. *Lead and Disrupt: How to Solve the Innovator's Dilemma*. Stanford Business Books.
- Prahalad, C. K., and V. Ramaswamy. 2016. *The Future of Competition: Co-Creating Unique Value with Customers*. Harvard Business Review Press.
- Rodrik, D. 2018. *Straight Talk on Trade: Ideas for a Sane World Economy*. Princeton University Press.
- Rogers, E. M. 2019. *Diffusion of Innovations*. Simon and Schuster.
- Rothwell, R. 1992. "Successful Industrial Innovation: Critical Factors for the 1990s." *R&D Management* 22 (3): 221-239.
- Schiederig, T., F. Tietze, and C. Herstatt. 2012. "Green Innovation in Technology and Innovation Management – An Exploratory Literature Review." *R&D Management* 42 (2): 180-192.
- Tapscott, D., and A. Tapscott. 2016. *Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin Is Changing Money, Business, and the World*. Portfolio.

- Tidd, J., and J. Bessant. 2018. *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. John Wiley & Sons.
- Vogels, W. 2018. "Amazon Web Services: Overview of Products and Services." *Communications of the ACM* 61 (4): 70-76.
- WEF. 2018. *The Future of Jobs Report 2018*. World Economic Forum.
- West, J., and M. Bogers. 2017. "Leveraging External Sources of Innovation: A Review of Research on Open Innovation." *Journal of Product Innovation Management* 31 (4): 814-831.
- Westerman, G., D. Bonnet, and A. McAfee. 2019. *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*. Harvard Business Press.

## TENTANG PENULIS



**Dr. Luhgiatno, S.E., M.M., M.Si.**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara

Luhgiatno, Lahir di Grobogan (1972). Studi di kampung halaman sampai tamat SMP. Selanjutnya merantau ke Semarang untuk melanjutkan studi di SMEA Pelita Nusantara Semarang. Riwayat studi di perguruan tinggi dilakukan secara bertahap. Dimulai dari studi di Jenjang Diploma III Akuntansi (1990 - 1993), Jenjang S1 Akuntansi (1997 - 1999), Jenjang S2 Magister Manajemen STIE Mitra Indonesia (2003 - 2005), Jenjang S2 Magister Akuntansi UNDIP (2006 - 2008), dan Jenjang S3 (Doktor Manajemen UKSW) lulus tahun 2020. Berprofesi sebagai Dosen berjabatan fungsional akademik Lektor Kepala serta menjabat sebagai Ketua STIE Pelita Nusantara Semarang (2009 - 2017) dilanjutkan (2021 - sekarang). Aktif dalam publikasi artikel jurnal (Internasional dan Nasional terakreditasi), menulis buku, editor buku, sebagai Pimpinan Redaksi Jurnal Fokus Ekonomi dan Mitra Bestari beberapa jurnal ilmiah, memiliki banyak HKI, Asesor Beban Kerja Dosen (BKD), aktif dalam berbagai organisasi serta menjadi Ketua Komite Sekolah. Email: *luhgiatno\_smg@yahoo.co.id* dan Hp. 08122930445.

# BAB 2

## GREEN AND BLUE ECONOMY

Betanika Nila Nirbita, S.Pd., M.Pd.  
Universitas Negeri Yogyakarta

### A. Konsep *Green Economy*

Konsep *green economy* atau perekonomian hijau ini merupakan sebuah pendekatan ekonomi holistic yang mengintegrasikan pertumbuhan ekonomi, lingkungan berkelanjutan dan juga kesejahteraan sosial, (Sugianto and Alimi, 2024). Dalam perekonomian hijau, hal yang paling utama terdiri dari beberapa hal diantaranya ketahanan pangan, pengelolaan limbah, peningkatan produk domestik bruto serta pertumbuhan hijau. Beberapa konsep yang ada dari pengembangan konsep pertumbuhan hijau atau *green economy* diantaranya meliputi *sustainability*, keamanan pangan, *green financing*, *green job*, *green investment*, dan juga pertumbuhan hijau itu sendiri, (Anwar, 2022). Tujuan dari perekonomian hijau ini yaitu untuk meningkatkan kesetaraan sosial serta meningkatkan kesejahteraan yang diimbangi dengan mengurangi resiko kerusakan lingkungan. Konsep ini termasuk juga didalamnya yaitu pengelolaan sumber daya alam yang berorientasi terhadap efisiensi dan konsep berkelanjutan. Adanya *green economy* ini dapat diimplementasikan dalam hal mengurangi kemiskinan, ikut serta dalam melestarikan lingkungan, memastikan inklusi sosial serta efisiensi sumber daya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aminata (2022) 'The Analysis of Inclusive Green Growth In Indonesia', *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 23(1).
- Anwar, M. (2022) 'Green Economy Sebagai Strategi Dalam Menangani Masalah Ekonomi Dan Multilateral', *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara (PKN)*, 4(1S), pp. 343-356. doi: 10.31092/jpkn.v4i1s.1905.
- Arkas (2021) 'The Effect of Private Investment and Capital Expenditure on Economic Growth and Income Inequality in Bali Province', *merican Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(6), pp. 262-267.
- Hajian, .M., & Kashani, .S.J (2021) 'Evolution of The Concept of Sustainability from Brundtland Report to Sustainable Development Goals', *Sustainable Resource Management*, pp. 1-24.
- Ilham, M., & Pangaribowo, E. H. (2017) 'Analisis Ketimpangan Ekonomi Menurut Provinsi di Indonesia Tahun 2011-2015.', *Jurnal Bumi Indonesia*, 6(4).
- Palmer (2012) *The Importance of Economic Growth*. Ireland.
- Sugianto, S. and Alimi, M. El (2024) 'Transformasi Ekonomi : Membangun Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pendekatan Ekonomi Hijau', 2(2).
- UNEP (2022) *Green Economy*.
- Warsito (2020) 'Produktivitas Sebagai Penentu Disparitas Pendapatan Antar Daerah di Indonesia', *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3).

## TENTANG PENULIS



**Betanika Nila Nirbita, S.Pd., M.Pd.**  
Universitas Negeri Yogyakarta

Penulis merupakan dosen tetap pada Universitas Negeri Yogyakarta. Lahir pada tanggal 15 September 1992 di Boyolali, Jawa Tengah. Ia menyelesaikan pendidikan sarjana pada tahun 2015 dari Pendidikan Ekonomi bidang keahlian khusus Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS). Jenjang pendidikan magister ia tempuh setelah menyelesaikan studi sarjana pada tahun 2016 dan lulus pada tahun 2018. Penulis secara aktif melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat pada bidang Pendidikan dan akuntansi. Selain itu juga menulis pada artikel-artikel yang terkait dengan pendidikan, media pembelajaran, akuntansi dan juga perpajakan. Saat ini penulis masih secara aktif menjadi dosen dalam pembelajaran akuntansi dan perpajakan.

Email Penulis: [nbetanika@uny.ac.id](mailto:nbetanika@uny.ac.id)

# BAB 3 | EKONOMI POLITIK LINGKUNGAN GLOBAL

Yudi Tusri, S.E., M.Si.  
Universitas Prabumulih

## A. Latar Belakang

Ekonomi politik menjadi diskursus menarik dalam perkembangan disiplin ilmu politik yang dapat diartikan berbeda oleh setiap pemikir politik maupun ekonomi. Bagi Marx, seperti yang dijelaskan dalam chapter satu *The Oxford Handbook of Political Economy* karya Barry dan Donald Wittman, ekonomi politik diartikan Marx sebagai kepemilikan alat produksi yang bergantung pada proses sejarah. Dalam perkembangan ilmu pengetahuan, ekonomi politik merupakan studi interdisipliner yang mengacu pada ilmu ekonomi, sosiologi, dan ilmu politik dalam menjelaskan bagaimana institusi politik, lingkungan politik, dan sistem ekonomi kapitalis, sosialis, komunis, atau sistem yang saling memengaruhi.

Ekonomi politik merupakan suatu disiplin ilmu politik dimana pengertiannya dapat diartikan berbeda-beda oleh setiap ahli, baik itu ahli politik maupun ahli ekonomi. Seperti menurut Marx yang dijelaskan dalam buku karya Barry dan Donald Wittman *the oxford handbook of political economy* ekonomi politik merupakan kepemilikan alat produksi yang bergantung pada proses sejarah. Sedangkan menurut Mochtar Mas'ood, ekonomi politik merupakan studi yang mengaji

## DAFTAR PUSTAKA

- Fai. ( 2023). Ekonomi Politik dan Sejarah Perkembangannya. Di Akses Pada 2 February. <http://umsu.ac.id/ekonomi-politik-dan-sejarah-perkembangannya>
- McCloskey, N.Deirdre. (2023) Globalisasi Menciptakan Lingkungan Global, Menguntungkan Semua Orang. Diakses pada 3 february. <https://www-cato-org.translate.google/publications/economics-history-globalization>
- Zulfiana, R. (2020) Lingkungan industri dan lingkungan global. Makassar: Universitas Hasanuddin
- Mufti, M. (2018). Ekonomi politik. Bandung: Pustaka Setia
- Elvania, N. C. (2023). Isu lingkungan global. Bandung: Widina Media Utama



## TENTANG PENULIS



**Yudi Tusri, S.E., M.Si.**

Universitas Prabumulih

Penulis lahir di Tanjung Raman, 14 Agustus 1972, merupakan alumni dari Program Studi Manajemen (S1) Universitas Palembang dan Ilmu Manajemen (S2) Universitas Sriwijaya Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Saat ini penulis aktif melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi pada Universitas Prabumulih pada program studi Manajemen. Mata kuliah yang diampu antara lain, Pengantar Manajemen, Manajemen Pemasaran, dan Seminar Manajemen Pemasaran.

# BAB 4

## MANAJEMEN BUDAYA ORGANISASI

Ana Fitriana, S.E., M.M.  
Universitas Tanjungpura

### A. Pendahuluan

Sejak diperkenalkan untuk pertama kalinya pada awal tahun 1980-an, konsep budaya organisasi telah berkembang secara signifikan. Dimulai dengan pemikiran Edgar Schein yang melihat budaya sebagai seperangkat asumsi dasar yang dipegang bersama oleh anggota organisasi (Schein, 1996). Pandangan ini membantu memahami bagaimana nilai-nilai, keyakinan, dan norma terbentuk dalam sebuah organisasi. Namun, definisi awal budaya lebih bersifat statis dan kurang mempertimbangkan dinamika perubahan budaya. Seiring waktu, para peneliti mulai mengeksplorasi bagaimana budaya organisasi berinteraksi dengan faktor-faktor kontekstual seperti lingkungan eksternal, strategi bisnis, dan karakteristik organisasi. *Model Competing Values Framework* yang diperkenalkan oleh Quinn dan Rohrbaugh mengategorikan budaya organisasi menjadi empat tipe utama: *clan*, *adhocracy*, *market*, dan *hierarchy*. Model ini membantu memahami bagaimana nilai-nilai budaya yang berbeda dapat cocok dengan konteks dan tujuan organisasi yang berbeda pula.

Pada tahun 1990-an, perhatian penelitian bergeser ke pengembangan instrumen untuk mengukur dan menilai budaya organisasi secara empiris. Instrumen seperti *Organizational*

## DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J.B. (1986) *Organizational Culture: Can It Be a Source of Sustained Competitive Advantage?*
- Bercovici, J. (2011). Netflix's Blunt Look Behind the Curtain of Culture. Forbes
- Bersin, J. (2017). The disruption of digital learning: Ten things we have learned. Josh Bersin Academy. URL: <https://joshbersin.com/2017/03/the-disruption-of-digital-learning-ten-things-we-have-learned>.
- Burchell, -Noel and Kolb, D. (2006) *Stability and change for sustainability*.
- Cameron, K. s. and Quinn, R.E. (2006) *Diagnosing and Changing Organizational Culture., The Jossey-Bass Business & Management Series*. Available at: [https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2006.00052\\_5.x](https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2006.00052_5.x).
- Cameron, K.S. (1988) 'The Conceptual Foundation of Organizational Culture'. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/orsc.6.2.204>.
- Chatman, J.A. and O'Reilly, C.A. (2016) 'Paradigm lost: Reinvigorating the study of organizational culture', *Research in Organizational Behavior*. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.riob.2016.11.004>.
- Cummings, T.G. and Worley, C.G. (2009) *Organization development & change*. South-Western/Cengage Learning.
- Deloitte (2017). Culture in the Digital Workplace.
- Denison, D. R., & Mishra, A. K. (1995). Toward a theory of organizational culture and effectiveness. *Organization science*, 6(2), 204-223.
- Denning, S. (2017). How Amazon Embraces 'Day 1' Cultures. Forbes.

- Google (2022). Diversity Annual Report.  
<https://diversity.google/annual-report/>
- Denison, D., Nieminen, L. and Kotrba, L. (2014) 'Diagnosing organizational cultures: A conceptual and empirical review of culture effectiveness surveys', *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 23(1). Available at: <https://doi.org/10.1080/1359432X.2012.713173>.
- Ferdman, B.M. (2017) 'Paradoxes of Inclusion: Understanding and Managing the Tensions of Diversity and Multiculturalism', *Journal of Applied Behavioral Science*, 53(2). Available at: <https://doi.org/10.1177/0021886317702608>.
- Gehman, J. et al. (2018) 'Finding Theory–Method Fit: A Comparison of Three Qualitative Approaches to Theory Building', *Journal of Management Inquiry*, 27(3). Available at: <https://doi.org/10.1177/1056492617706029>.
- Gelfand, M.J. et al. (2017) 'Cross-cultural industrial organizational psychology and organizational behavior: A hundred-year journey', *Journal of Applied Psychology*, 102(3). Available at: <https://doi.org/10.1037/apl0000186>.
- Gerstner, L. V (2002) *Who Says Elephants Can't Dance? Inside IBM's Historic Turnaround*. USA: HarperCollins Publishers.
- Hartnell, C.A. et al. (2019) 'A meta-analytic test of organizational culture's association with elements of an organization's system and its relative predictive validity on organizational outcomes', *Journal of Applied Psychology*, 104(6). Available at: <https://doi.org/10.1037/apl0000380>.
- House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W., & Gupta, V. (Eds.). (2004). *Culture, leadership, and organizations: The GLOBE study of 62 societies*. Sage publications.
- Kane, G.C. et al. (2019) 'How digital leadership is(n't) different', *MIT Sloan Management Review*, 60(3).
- Katzenbach, J.R. and Smith, D.K. (1993) 'The discipline of teams.', *Harvard Business Review*, 71(2).

- Kotter, J.P. and Schlesinger, L.A. (2008) 'Choosing Strategies for Change - Harvard Business Review', *Harvard Business Review*, 86(7/8).
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. Sage Publications Ltd.
- IBM (2020). Diversity & Inclusion Report. [https://www.ibm.com/ibm/responsibility/downloads/IBM\\_Diversity\\_Inclusion\\_Report\\_2020.pdf](https://www.ibm.com/ibm/responsibility/downloads/IBM_Diversity_Inclusion_Report_2020.pdf)
- O'Reilly, C., & Tushman, M. (2016). *Designing and Aligning Organizations: The Congruence Model*. Boston, MA: Harvard University.
- Mankins, M., & Sherer, S. A. (2020). *Agile at Scale: How Spotify Operates at Scale*. Bain & Company.
- Matthews, D. (2007) 'Book Review: Mindset: The New Psychology of Success, by Dweck, C. S. (2006)', *Gifted Children*, 1(2).
- Naor, M. *et al.* (2014) 'The culture-effectiveness link in a manufacturing context: A resource-based perspective', *Journal of World Business*, 49(3). Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2013.06.003>.
- Nishii, L.H. (2013) 'The benefits of climate for inclusion for gender-diverse groups', *Academy of Management Journal*, 56(6). Available at: <https://doi.org/10.5465/amj.2009.0823>.
- Nongo, E.S. and Ikyanyon, D.N. (2012) 'The Influence of Corporate Culture on Employee Commitment to the Organization', *International Journal of Business and Management*, 7(22). Available at: <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n22p21>.
- Prahalad, C.K. and Hamel, G. (1994) 'Strategy as a field of study: Why search for a new paradigm?', *Strategic Management Journal*, 15(2 S). Available at: <https://doi.org/10.1002/smj.4250151002>.
- Randolph, W.A. (2000) 'Re-thinking empowerment: Why is it so hard to achieve?', *Organizational Dynamics*, 29(2).

- Ressler, Cali. and Thompson, Jody. (2011) *Why work sucks and how to fix it, null*.
- Schein, E.H. (1996) 'Culture: The missing concept in organization studies', *Administrative Science Quarterly*, 41(2). Available at: <https://doi.org/10.2307/2393715>.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (Vol. 2). John Wiley & Sons.
- De Smet, A., Lurie, M. and St George, A. (2018) *Leading agile transformation: The new capabilities leaders need to build*, McKinsey & Company.
- Stevens, F.G., Plaut, V.C. and Sanchez-Burks, J. (2008) 'Unlocking the benefits of diversity: All-inclusive multiculturalism and positive organizational change', *Journal of Applied Behavioral Science*, 44(1). Available at: <https://doi.org/10.1177/0021886308314460>.
- Thomas, D. and Ely, R. (1996) 'Making differences matter: A new paradigm for managing diversity', *Harvard Business Review*, 74(5). Available at: <https://doi.org/10.1225/96510>.
- Westerman *et al.* (2015) 'Leading digital: turning technology into business transformation', *Choice Reviews Online*, 52(06). Available at: <https://doi.org/10.5860/choice.188022>.
- Yesil, S. and Kaya, A. (2013) 'The Effect of Organizational Culture on Firm Financial Performance: Evidence from a Developing Country', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 81. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.455>.

## TENTANG PENULIS



**Ana Fitriana, S.E., M.M.**  
Universitas Tanjungpura

Penulis lahir di Kabupaten Ketapang, Kalimantan Barat tanggal 18 Juni 1985. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura. Menyelesaikan pendidikan S1 dan S2 pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura. Motivasi penulis yaitu berbagi ilmu dari perspektif dan pengalaman penulis.

# BAB 5

## MANAJEMEN KONFLIK DALAM ORGANISASI

**Dr. Drs. Supriyono, M.Ed., CMBA.**  
Universitas Islam Balitar

### **A. Pendahuluan**

Dalam setiap kegiatan organisasi baik organisasi nirlaba dan korporasi disegala bentuknya selalu ada konflik yang tidak dapat dihindari. Konflik bisa timbul karena adanya perbedaan pendapat, kepentingan yang bertentangan, atau ketidaksepahaman dalam mencapai tujuan organisasi. Oleh sebab itu konflik menjadi suatu keniscayaan yang harus dikelola secara efektif untuk mencapai tujuan organisasi. Bab ini dimaksudkan untuk memaparkan manajemen konflik dalam organisasi yang terfokus pada isu-isu manajemen konflik dari hasil-hasil riset terkini. Pembahasan ini dikelola melalui metode metasisntesis secara deskriptif dari hasil-hasil riset terkini yang secara acak didapatkan dari literatur jurnal-jurnal penelitian yang kredibel. Fokus pembahasan diatur dalam sub pokok bahasan sebagai berikut: (1) Pratinjau konflik dan manajemen konflik dalam organisasi, (2) Jenis-jenis, penyebab, dan eksese konflik dalam organisasi, (3) Peran kepemimpinan dalam manajemen konflik, (4) Strategi resolusi konflik yang efektif, (5) Proses tindakan manajemen konflik, dan (6) Tantangan manajemen konflik. Pembahasan ini terbatas pada fenomena narasi hasil riset yang ditemukan. Diharapkan pembahasan dalam bab ini dapat berkontribusi dalam pengembangan teori



## DAFTAR PUSTAKA

- Ababio, P. N. (2022). *Conflict management in an organization: A case study of the Korle Bu Teaching hospital*. 1–88.
- Algert, N. T., Liau, C., Yep, H., & Stanley, C. A. (2021). *Conflict Management and Leadership Development Using Mediation A Volume in Contemporary Issues in Conflict Management and Dialogue Series Editors*. <http://www.loc.gov/index.html>
- Ariatpi, F., & Marlina, L. (2024). CONFLICT MANAGEMENT IN THE TRANSFORMATION OF EDUCATIONAL ORGANIZATIONS: UNDERSTANDING THE ROLE OF LEADERSHIP AND ORGANIZATIONAL CULTURE. *Proceeding of International Conference on Education, Society and Humanity*, 02(01), 1546–1554. <https://ejournal.unipa.ac.id/index.php/icesh>
- Attah, E. (2019). *International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom Licensed under Creative Common* CONFLICT RESOLUTION STRATEGIES AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE: AN EXPLORATORY ANALYSIS: Vol. VII. <http://ijecm.co.uk/>
- Boateng, I. A. (2014). CONFLICT RESOLUTION IN ORGANIZATIONS-AN ANALYSIS. *European Journal of Business and Innovation Research*, 2(6), 2053–4027. [www.eajournals.org](http://www.eajournals.org)
- Gupta, S. (2023, June 15). Conflict Management1. *Verywellmind*, 1–8. <http://www.verywellmind.com/conflict-management-vs-what-s-the-difference-7505965?print>
- Juheri, D., & Rostini, D. (2022). CONFLICT MANAGEMENT IN INCREASING ORGANIZATIONAL PRODUCTIVITY (RESEARCH AT INSAN CENDEKIA MANDIRI UNIVERSITY BANDUNG AND MANDIRI UNIVERSITY SUBANG). *International Journal Of Graduate Of Islamic Education*2022, 3(2), 187–207.

- Juozėnaitė, E. (2023). THE ROLE OF CONFLICT MANAGEMENT IN PUBLIC RELATIONS. *Social Transformation In Contemporary Society*, 11, 14–23.
- Kassim, M. A. M., & Ibrahim, H. I. (2014). CONFLICT MANAGEMENT STYLES AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT: A STUDY AMONG BANK EMPLOYEES IN PENANG. *International Journal of Business, Economics and Law*, 4(1), 45–53.
- Kuzmin, O., Stanasiuk, N., & Maiti, S. (2020). Relationship between conflict management strategies and economic growth of organisation. *Economics, Entrepreneurship, Management*, 7(2), 1–15. <https://doi.org/10.23939/eem2020.02.001>
- Lloyd, R., & Aho, W. (2020). The Four Functions of Management - An essential guide to Management Principles. *Management Open Educational Resources*, 1(1), Art. 1. <https://doi.org/10.58809/CNFS7851>
- Lumi, S. M., Rawis, J., Sumual, S. DM., & Wulur, MM. (2020). Conflict Management in Organization at Sariputra Indonesia University. *International Journal Of Education, Information Technology*, 3(3), 595–605. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4326484>
- Maula, R. (2022). Conflict Management in Maintaining Organizational Sustainability. *Journal of Reseach In Educational Management*, 1(2), 64.
- Nwosu, J. C., & Makinde, O. G. (2014). CONFLICT MANAGEMENT IN AN ORGANISATION. In *Arabian Journal of Business and Management Review* (Vol. 3, Issue 6).
- Pathak, M. (2010). *Managing Organizational Conflict*. 2(4). Economic Knowledge,4Q
- Shabani, G., Behluli, A., & Qerimi, F. (2022). The Impact of Conflict Management Styles on Organizational Performance: A Comparative Analysis. *Emerging Science Journal*, 6(4), 758–775. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2022-06-04-07>

- Shringi, D. K., & Pinky, S. (2023). PHILOSOPHY OF MANAGEMENT OF HENRI FAYOL. *International Journal of Creative Research Thought (IJCRT)*, 11(6), 2320–2882. [www.ijcrt.org](http://www.ijcrt.org)
- Shulhan, M., Supriyono, ., & Akhyak, . (2015). A CHANGE MANAGEMENT IN THE ENHANCEMENT OF THE PRIVATE UNIVERSITY GOVERNANCE QUALITY: A CASE STUDY. *Journal of Social Sciences (COES&RJ-JSS)*, 4 (4)(1st October 2015), 952–963. [www.centreofexcellence.com](http://www.centreofexcellence.com)
- Sintapertiwi, D., Ali, A. I., & Andika, M. (2023). Examining Effective Management and Leadership Strategies in Conflict Resolution: A Case Study of Conflict Management in Private Secondary Schools. *Examining Effective Management and Leadership...*, 2(1), 165–189. <https://journal.uiii.ac.id/index.php/mer>
- Soebiantoro, Supriyono, Rudy Handoko, & Joko Widodo. (2020). Managing Virtual Entrepreneurship Education In Times of Covid-19 Pandemic: A Reflective Single Case Study At Balitar Islamic University. *JARDCS*, 12(2), 3196–3208. <https://doi.org/DOI: 10.5373/JARDCS/V12I2/S20201441>
- Spaho, K. (2013). ORGANIZATIONAL COMMUNICATION AND CONFLICT MANAGEMENT. *Journal of Contemporary Management Issues*, 18(1), 113–118. <https://hecak.Srce.hr/104290>
- Supriyono, & Hadi Siswanto. (2017). INSTRUCTIONAL MANAGEMENT OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION TO ESTABLISH STUDENTS' ENTREPRISES FOR EMPLOYABILITY AT BALITAR ISLAMIC UNIVERSITY: AN ACTION RESEARCH. 11TH ADRI PROCEEDING INTERNATIONAL MULTI DISCIPLINARY AND CALL PAPER NGANJUK, MARCH 18, 2017. [https://www.academia.edu/34961935/11th\\_ADRI\\_Conference\\_Proceeding](https://www.academia.edu/34961935/11th_ADRI_Conference_Proceeding)

- Supriyono, S. (2024). MANAJEMEN STRATEGI. In *Dasar-Dasar Manajemen* (1st ed., Vol. 1, pp. 82–96). <https://www.researchgate.net/publication/378012458>
- Supriyono, S., Imron, A., Arifin, I., & Kusmintarjo, K. (2016). Integrated participative team based instructional supervision management At middle schools in Blitar, East Java, Indonesia: A multisite study. *Journal of Social Sciences (COES&RJ-JSS)*, 5(3), 212–228. <http://centrefexcellence.net/J/JSS/JSS%20Mainpage.htm>
- Supriyono, S., & Puspita Sari, H. (2020). DESIGNING COLLABORATIVE CLINICAL SUPERVISION TOWARD ENGLISH LEARNING BASED ON SCIENTIFIC APPROACH of JUNIOR HIGH SCHOOLS. *Proceeding ICoISSE*, 1(1), 242–255. <https://conference.loupiasconference.org./index.php/ICoISSE/Issue/View/3>
- Supriyono, S., & Sari, H. P. (2021). Research and Development: Model of Clinical Collaborative Supervision for Scientific Based English Instruction. *Al-Hayat: Journal of Islamic Education*, 5(2), 132–142. <https://doi.org/10.35723/ajie.v5i2.177>
- Supriyono Supriyono, Hidayaturrahman Hidayaturrahman, & Taufan Perdana Putra, M. (2024). The Santripreneur Vocational High School Entrepreneurship Education Management Model: A Single Case Study At Anharul Ulum Islamic Vocational High School In Blitar, East Java, Indonesia. *International Journal of Science*, 5(1), 146–155. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Thakore, D. (2013). Conflict and Conflict Management. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 8(6), 7–16. [www.iosrjournals.org](http://www.iosrjournals.org)

- Tinggi, P., Sugianto, A., Setiawan, V., Isma, F., & Utami, D. (2020). MANAJEMEN KONFLIK ORGANISASI DALAM MENCIPTAKAN KOMUNIKASI EFEKTIF TENAGA KEPENDIDIKAN ORGANIZATIONAL CONFLICT MANAGEMENT IN CREATING EFFECTIVE COMMUNICATION OF HIGHER EDUCATION EMPLOYEES. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 24(2), 186-199. <https://surabaya.tribunnews.com/>
- Umana, E. Attah. (2019). CONFLICT RESOLUTION STRATEGIES AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE: AN EXPLORATORY ANALYSIS. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, VII(5), 657-670. <http://ijecm.co.uk/>
- Wairisal, P. L. (2022). THE INFLUENCE OF CONFLICT BEHAVIOR AND CONFLICT MANAGEMENT ON EMPLOYEE PERFORMANCE AT PT. POS INDONESIA AMBON BRANCH. *International Journal of Management and Business Economics (IJMEBE)*, 1(2).
- Wang, Q. (2015). Center for Intercultural Dialogue Conflict Management What is it? *Key Concepts in Intercultural Dialogue*, 53. <http://centerforinterculturaldialogue.org>

## TENTANG PENULIS



**Dr. Drs. Supriyono, M.Ed., CMBA.**

Universitas Islam Balitar

Penulis lahir di Kediri tanggal 22 Maret 1963. Penulis adalah dosen tetap pada Prodi. Bhs. Inggris, FKIP Universitas Islam Balitar. Menyelesaikan pendidikan D3 Pend. Bhs. Inggris dari STKIP PGRI Blitar tahun 1987, S1 Prodi Pend. Bhs. Inggris dari IKIP Malang tahun 1991, S2 Dept. Education dari La Trobe University Australia, pada tahun 1998, dan S3 Prodi. Manajemen Pendidikan pada Universitas Negeri Malang tahun 2017. Penulis berpengalaman mengajar pada jenjang SMP dan Madrasah Tsanawiyah di Blitar tahun 1983-1985, jenjang SMA di Dryden High School tahun 1986, Jenjang Sekolah Dasar di Sumatra Selatan tahun 1987, jenjang perguruan tinggi di STKIP PGRI BLITAR dan IKIP PGRI Malang tahun 1987-1997, STAI Diponegoro Tulungagung tahun 2011 sampai sekarang, IAI Pangeran Diponegoro Nganjuk Tahun 2011-2015, Jenjang Sekolah Dasar dan menengah di Luar Negeri di 6 Sekolah Dasar di Victoria dan Ivanhoe Grammar School Australia, dan memimpin Yayasan Pendidikan Jayawijaya PT Freeport Indonesia tahun 2005-2011. Penulis juga berpengalaman dalam bidang korporasi baik sebagai trainer, superintendent, maupun general superintendent pada Training and Development Department, Industrial Training Center, Quality Management Services, dan Quality of Life pada PT Freeport Indonesia pada tahun 1997-2005. Sejak 2012 menjadi dosen di Universitas Islam Balitar dan telah mengemban beberapa jabatan sebagai Kepala Badan Perencanaan dan Pengembangan, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Sistem Informasi, dan Wakil Rektor Bidang Kerjasama, Kemahasiswaan, dan kewirausahaan. Penulis juga memiliki kegiatan organisasi baik profesi maupun organisasi kemasyarakatan dan keagamaan. Penulis juga aktif pada konferensi ataupun kegiatan akademik regional dan internasional. Karya-

karya penulis dapat ditemui pada Google Scholar, Researchgate, Academia, Journal Nasional dan Internasional, Sinta, Publon, dan Orchid.

# BAB 6

## MANAJEMEN INOVASI DAN KREATIVITAS

**Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M.**  
Universitas Alkhairaat Palu

### **A. Pendahuluan**

Ekonomi kreatif adalah fenomena ekonomi yang muncul sebagai gelombang keempat setelah era pertanian, era industri, dan era informasi. Ini merupakan hasil dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui pemanfaatan kreativitas sebagai salah satu sumber daya utama. Dalam konteks ini, pembangunan berkelanjutan merujuk pada pembangunan ekonomi yang berorientasi pada daya saing dan menggunakan sumber daya yang dapat diperbaharui. Ekonomi kreatif menitikberatkan pada pengembangan barang dan jasa yang didasarkan pada keahlian, bakat, dan kreativitas sebagai modal intelektual. (P. A. Sari, 2013).

Peran manusia menjadi sangat penting dalam ekonomi kreatif ini, karena kreativitas manusia menjadi motor penggerak utama di balik perkembangan industri ini. Proses kreatif, baik dalam pemikiran maupun tindakan, didukung oleh pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip ekonomi. Dengan demikian, dapat diciptakan generasi yang kreatif dalam menghasilkan produk dan jasa yang memiliki nilai dan manfaat bagi masyarakat. Dengan penekanan pada pentingnya modal manusia, ekonomi kreatif menegaskan bahwa investasi dalam pengembangan kapasitas individu sangatlah krusial. Pemikiran



## DAFTAR PUSTAKA

- Badriyah, N. (2017). Kontinum Relationship : Konsep Pemberdayaan Pelatihan Masyarakat Ekonomi Kreatif Menuju Daya. *Seminar Nasional & Call For Paper, FEB Unikama "Peningkatan Ketahanan Ekonomi Nasional Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global" Malang, 17 Mei, 2015, 138-144.*
- Elwisam, E., & Lestari, R. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(2), 277-286.* <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i2.265>
- Haerisma, A. S. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah, 10(1), 91.* <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2831>
- Mardyantoro, I. (2009). SUMBER DAYA MANUSIA GLOBAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI YANG KREATIF DAN INOVATIF Oleh : Iswibowo Mardyantoro. *Majalah Ilmiah Ekonomika, 12, 7-13.* <https://media.neliti.com/media/publications/23158-ID-sumber-daya-manusia-global-dalam-perspektif-ekonomi-yang-kreatif-dan-inovatif.pdf>
- Marlinah, L. (2019). Pentingnya Peran Perguruan Tinggi dalam Mencetak SDM yang Berjiwa Inovator dan Technopreneur Menyongsong Era Society 5.0. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika, 2(3), 17-25.* <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/647>
- Mayasari, N. (2019). Strategi pengembangan umkm berbasis ekonomi kreatif di kota palopo. *Journal of Islamic Management and Bussines, 2(1), 9-22.*

- Mukhlis, M. B. (2018). Jurnal Administrasi Bisnis Terapan DALAM MENINGKATKAN INOVASI DAN KESEJAHTERAAN Jurnal Administrasi Bisnis Terapan. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 1(No.1), 31–43.
- Munthe, R. T. J., & Rahadi, D. R. (2021). Inovasi Dan Kreatifitas Umkm Di Masa Pandemi (Studi Kasus Di Kabupaten Bekasi). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 44–52. <https://doi.org/10.35829/magisma.v9i1.135>
- Nining Widya Lestari. (2020). Strategi Pengembangan Teknologi Dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Di Indonesia. *Indikator*, 1(1), 55–62. <https://doi.org/10.37753/indikator.v1i1.21>
- Nurhayati, N., Yunus, Y., & Juwita, A. I. (2021). Perancangan dan Pembuatan Aplikasi Media Pembelajaran Berbasis Android pada Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan. *Jurnal Pti (Pendidikan Dan Teknologi Informasi) Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universita Putra Indonesia "Yptk" Padang*, 8(1), 45–56. <https://doi.org/10.35134/jpti.v8i1.38>
- Saragih, R. (2017). Membangun Usaha Kreatif , inovatif. *Jurnal Kewirausahaan*, 3, 27.
- Sari, A. R. (2012). EKONOMI KREATIF : Konsep, Peluang, dan Cara Memulai. *Intruksi Presiden No 6 Tahun 2009*, 5(9), 113.
- Sari, P. A. (2013). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Human Capital. *Jurnal Semnas Fekon*, 11–19. <http://repository.ut.ac.id/4826/1/fekon2012-02.pdf>
- Setyanti, S. W. L. H. (2018). Peran Quadruple Helix Untuk Meningkatkan Kreatifitas dan Kinerja Inovasi Industri Kreatif Indonesia. *UNEJ E-Proceeding*, 244–251.
- Soegihartono, S. (2020). Penelitian Keberlangsungan Usaha Ardani Indonesia Sebagai Umkm Berbasis Industri Kreatif. *Solusi*, 18(4). <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2848>
- Sururi, A. (2017). Inovasi Model Pengembangan Kebijakan Ekonomi Kreatif Provinsi Banten. *Administrasi Negara*, 2, 8.

- Wahab Sya'roni, D. A., & Sudirham, J. J. (2012). Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil Abstrak. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 11(1), 2012.
- Widjaja, Y. R., & Winarso, W. (2019). *Bisnis Kreatif dan Inovasi*. 117. [http://repository.ubharajaya.ac.id/2949/1/BUKU KREATIFITAS DAN INOVASI %282%29.pdf](http://repository.ubharajaya.ac.id/2949/1/BUKU%20KREATIFITAS%20DAN%20INOVASI%20.pdf)

## TENTANG PENULIS



**Dr. Muhammad Umar A, S.E., M.M.**

Universitas Alkhairaat Palu

Penulis lahir di Palu tanggal 18 September 1985. Penulis dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Alkhairaat Palu. Menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Manajemen, melanjutkan S2 pada Jurusan Megister Manajemen dan melanjutkan S3 pada Jurusan Doktoral Ilmu Ekonomi. Sebagai penulis, ia telah menulis beberapa buku yang diterbitkan oleh penerbit nasional, serta telah memenangkan Hibah beberapa penelitian Kemenristekdikti. Sebagai dosen ia juga aktif menerbitkan hasil penelitiannya pada jurnal internasional bereputasi dan nasional terakreditasi.

# BAB 7

## MANAJEMEN PERUBAHAN BERBASIS STRATEGI

Harry Setiawan, S.E., M.M.  
Universitas Tanjungpura

### A. Pendahuluan

Di era yang semakin dinamis dan kompetitif ini, organisasi menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Perubahan telah menjadi suatu keniscayaan yang harus dihadapi oleh setiap organisasi untuk dapat bertahan dan berkembang. Manajemen perubahan berbasis strategi menjadi pendekatan yang penting untuk memastikan bahwa perubahan yang dilakukan sejalan dengan arah strategis organisasi dan memberikan nilai tambah bagi stakeholder (Holbeche, 2018). Pendekatan ini memungkinkan organisasi untuk menavigasi perubahan secara proaktif, sistematis, dan terukur, sehingga dapat meningkatkan keberhasilan implementasi perubahan dan mencapai tujuan yang diharapkan (Hayes, 2018).

Tujuan dari buku ini adalah untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai konsep, pendekatan, dan implementasi manajemen perubahan berbasis strategi. Melalui pembahasan yang disajikan, diharapkan pembaca dapat:

1. Memahami konsep dasar manajemen perubahan dan relevansinya dengan strategi organisasi. Mengenal tahapan dan prinsip-prinsip kunci dalam mengelola perubahan secara strategis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Armenakis, A.A. and Bedeian, A.G. (1999) 'Organizational change: A review of theory and research in the 1990s', *Journal of Management*, 25(3), pp. 293-315.
- Barrett, D.J. (2002) 'Change communication: Using strategic employee communication to facilitate major change', *Corporate Communications: An International Journal*, 7(4), pp. 219-231.
- Beer, M. and Nohria, N. (2000) 'Cracking the code of change', *Harvard Business Review*, 78(3), pp. 133-141.
- Burnes, B. (2004) 'Kurt Lewin and the planned approach to change: A re-appraisal', *Journal of Management Studies*, 41(6), pp. 977-1002.
- Burnes, B. (2020) 'The origins of Lewin's three-step model of change', *The Journal of Applied Behavioral Science*, 56(1), pp. 32-59.
- Cameron, K.S. and Quinn, R.E. (2011) *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework*. 3rd edn. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Carnall, C. (2018) *Managing change in organizations*. 7th edn. Harlow: Pearson Education Limited.
- Cawsey, T.F., Deszca, G. and Ingols, C. (2016) *Organizational change: An action- oriented toolkit*. 3rd edn. Los Angeles: SAGE Publications.
- Christensen, C.M., Raynor, M.E. and McDonald, R. (2015) 'What is disruptive innovation', *Harvard Business Review*, 93(12), pp. 44-53.
- Cummings, T.G. and Worley, C.G. (2015) *Organization development and change*. 10th edn. Stamford, CT: Cengage Learning.

- Doppelt, B. (2017) *Leading change toward sustainability: A change-management guide for business, government and civil society*. 2nd edn. London: Routledge.
- Duchek, S. (2020) 'Organizational resilience: A capability-based conceptualization', *Business Research*, 13(1), pp. 215-246.
- Ellwood, I. and Shekar, S. (2016) 'J.C. Penney: The man, the store and the continuing saga', in Ellwood, I. and Shekar, S. (eds.) *Retail marketing management: Principles and practice*. London: Pearson Education Limited, pp. 146-159.
- Felipe, C.M., Roldán, J.L. and Leal-Rodríguez, A.L. (2016) 'An explanatory and predictive model for organizational agility', *Journal of Business Research*, 69(10), pp. 4624-4631.
- Fischer, B., Lago, U. and Liu, F. (2020) 'Reinventing the company: Haier's Rendanheyi 2.0', *London Business School Review*, 31(3), pp. 54-57.
- Ford, J.D. and Ford, L.W. (2010) 'Decoding resistance to change', *IEEE Engineering Management Review*, 38(2), pp. 39-45.
- Frynas, J.G., Mol, M.J. and Mellahi, K. (2018) 'Management innovation made in China: Haier's Rendanheyi', *California Management Review*, 61(1), pp. 71-93.
- Goleman, D. (2000) 'Leadership that gets results', *Harvard Business Review*, 78(2), pp. 78-90.
- Groth, A. and Sinha, S. (2014) 'What went wrong at J.C. Penney?', *Business Today*, 23(15), pp. 88-93.
- Hayes, J. (2018) *The theory and practice of change management*. 5th edn. London: Palgrave Macmillan.
- Heckmann, N., Steger, T. and Dowling, M. (2016) 'Organizational capacity for change, change experience, and change project performance', *Journal of Business Research*, 69(2), pp. 777-784.

- Heifetz, R.A., Grashow, A. and Linsky, M. (2009) 'Leadership in a (permanent) crisis', *Harvard Business Review*, 87(7/8), pp. 62-69.
- Helms, M.M. and Nixon, J. (2010) 'Exploring SWOT analysis - where are we now? A review of academic research from the last decade', *Journal of Strategy and Management*, 3(3), pp. 215-251.
- Hess, E.D. (2020) 'Satya Nadella and the transformation of Microsoft', *Strategy+Business*, 20 July. Available at: <https://www.strategy-business.com/article/Satya-Nadella-and-the-transformation-of-Microsoft>.
- Hiatt, J. and Creasey, T.J. (2012) *Change management: The people side of change*. Loveland, CO: Prosci Learning Center Publications.
- Higgs, M. and Rowland, D. (2011) 'What does it take to implement change successfully? A study of the behaviors of successful change leaders', *The Journal of Applied Behavioral Science*, 47(3), pp. 309-335.
- Holbeche, L. (2018) *The agile organization: How to build an engaged, innovative and resilient business*. 2nd edn. London: Kogan Page Publishers.
- Holt, D.T., Armenakis, A.A., Feild, H.S. and Harris, S.G. (2007) 'Readiness for organizational change: The systematic development of a scale', *The Journal of Applied Behavioral Science*, 43(2), pp. 232-255.
- Hornstein, H.A. (2015) 'The integration of project management and organizational change management is now a necessity', *International Journal of Project Management*, 33(2), pp. 291-298.
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D. and Regnér, P. (2017) *Exploring strategy: Text and cases*. 11th edn. Harlow: Pearson Education Limited.



- Kane, G.C., Phillips, A.N., Copulsky, J. and Andrus, G. (2019) *The technology fallacy: How people are the real key to digital transformation*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Khanagha, S., Ansari, S., Paroutis, S. and Oviedo, L. (2021) 'Mutualism and the dynamics of new platform creation: A study of Cisco and fog computing', *Strategic Management Journal*, 42(7), pp. 1324-1353.
- Kotter, J.P. (2012) *Leading change*. Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- Lucas Jr, H.C. and Goh, J.M. (2009) 'Disruptive technology: How Kodak missed the digital photography revolution', *The Journal of Strategic Information Systems*, 18(1), pp. 46-55.
- Nadler, D.A. and Tushman, M.L. (1990) 'Beyond the charismatic leader: Leadership and organizational change', *California Management Review*, 32(2), pp. 77-97.
- Nadella, S., Shaw, G. and Nichols, J.T. (2017) *Hit refresh: The quest to rediscover Microsoft's soul and imagine a better future for everyone*. New York, NY: HarperCollins Publishers.
- Oreg, S., Vakola, M. and Armenakis, A. (2011) 'Change recipients' reactions to organizational change: A 60-year review of quantitative studies', *The Journal of Applied Behavioral Science*, 47(4), pp. 461-524.
- Pettigrew, A.M., Woodman, R.W. and Cameron, K.S. (2001) 'Studying organizational change and development: Challenges for future research', *Academy of Management Journal*, 44(4), pp. 697-713.
- Pisano, G.P. (2019) *Creative construction: The DNA of sustained innovation*. New York, NY: PublicAffairs.
- Prosci (2021) *What is change management?* Available at: <https://www.prosci.com/resources/articles/what-is-change-management> (Accessed: 8 May 2024).

- Rigby, D.K., Sutherland, J. and Noble, A. (2020) 'Agile at scale: How to go from a few teams to hundreds', *Harvard Business Review*, 98(3), pp. 64-71.
- Sammut-Bonnici, T. and Galea, D. (2015) 'SWOT analysis', in Cooper, C.L. (ed.) *Wiley Encyclopedia of Management*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, pp. 1-8.
- Schein, E.H. (2017) *Organizational culture and leadership*. 5th edn. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Schwab, K. (2017) *The fourth industrial revolution*. New York, NY: Crown Publishing Group.
- Sirkin, H.L., Keenan, P. and Jackson, A. (2005) 'The hard side of change management', *Harvard Business Review*, 83(10), pp. 108-118.
- Stouten, J., Rousseau, D.M. and De Cremer, D. (2018) 'Successful organizational change: Integrating the management practice and scholarly literatures', *Academy of Management Annals*, 12(2), pp. 752-788.
- Van de Ven, A.H. and Poole, M.S. (1995) 'Explaining development and change in organizations', *Academy of Management Review*, 20(3), pp. 510-540.
- Zajac, E.J., Kraatz, M.S. and Bresser, R.K. (2000) 'Modeling the dynamics of strategic fit: A normative approach to strategic change', *Strategic Management Journal*, 21(4), pp. 429-453.

## TENTANG PENULIS



**Harry Setiawan, S.E., M.M.**  
Universitas Tanjungpura

Penulis lahir di Singkawang Kalimantan Barat tanggal 11 oktober 1985. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura. Menyelesaikan pendidikan S1 dan S2 pada Universitas Tanjungpura. Saat ini penulis sedang melanjutkan Studi Program Doktorat pada konsentrasi marketing. Karena kecintaannya pada dunia pemasaran, selain menjadi dosen, penulis juga ikut aktif dalam membina serta mendampingi pelaku UMKM yang ada di Kalimantan Barat.

# BAB 8

## MANAJEMEN DIGITAL BERBASIS AI

Fara Dina, S.E., M.E  
Universitas Tanjungpura

### A. Pendahuluan

Buku ini akan memberikan pembaca pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana AI dapat diterapkan dalam konteks manajemen bisnis digital, serta menyoroti pentingnya adaptasi dan inovasi dalam menghadapi era digital yang terus berubah.

*Artificial Intelligence (AI)*, atau yang dikenal dalam bahasa Indonesia sebagai Kecerdasan Buatan, adalah cabang ilmu komputer yang berfokus pada pembuatan mesin atau program komputer yang mampu melakukan tugas-tugas yang membutuhkan kecerdasan manusia. Ini mencakup berbagai teknik dan pendekatan untuk membuat sistem yang dapat belajar dari data, meniru perilaku manusia, dan melakukan tugas-tugas yang membutuhkan pemahaman, penalaran, dan pengambilan keputusan.

Sistem AI dapat dibagi menjadi dua kategori utama: AI konvensional dan AI modern. AI konvensional, juga dikenal sebagai AI simbolik atau AI lemah, berfokus pada pemrograman aturan dan logika untuk memungkinkan mesin meniru perilaku manusia dalam tugas-tugas tertentu. Di sisi lain, AI modern, juga dikenal sebagai AI kuat atau AI berbasis data, menggunakan pendekatan seperti *machine learning* dan *deep learning* untuk

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

Sharda, R., Delen, D., & Turban, E. (2020). *Business Intelligence, Analytics, and Data Science: A Managerial Perspective* (5th ed.). Pearson.

Davenport, T. H., & Harris, J. (2017). *Competing on Analytics: The New Science of Winning* (2nd ed.). Harvard Business Review Press.

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). *Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future*. W. W. Norton & Company.

### **Jurnal:**

Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial Intelligence for the Real World. *Harvard Business Review*, 96(1), 108-116.

LeCun, Y., Bengio, Y., & Hinton, G. (2015). Deep Learning. *Nature*, 521(7553), 436-444.

Chen, M., Mao, S., & Liu, Y. (2014). Big Data: A Survey. *Mobile Networks and Applications*, 19(2), 171-209.

## TENTANG PENULIS



**Fara Dina, S.E., M.E**  
Universitas Tanjungpura

Penulis lahir pada tahun 1986 dengan bidang pendidikan ekonomi. Penulis adalah dosen di Universitas Tanjungpura Pontianak. Awal pendidikan tinggi penulis dimulai sejak berhasil menyelesaikan studi S1 dan S2 di fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura. Penulis memiliki kepakaran dibidang, UMKM, Ilmu Ekonomi dan Akuntansi guna menunjang karir sebagai dosen, penulis, dan peneliti. Berbagai penelitian telah dilakukan oleh penulis dan telah dipublikasikan di berbagai jurnal nasional maupun jurnal internasional yang bereputasi. Selain sebagai peneliti, penulis juga telah menulis beberapa buku yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan membantu meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia.

# BAB 9

## MANAJEMEN HIJAU DAN KEBERLANJUTAN

**Wisang Candra Bintari, S.E., M.M.**  
Universitas Muhammadiyah Sorong

### **A. Pendahuluan**

Dalam beberapa dekade terakhir, isu keberlanjutan telah menjadi topik yang sangat penting di berbagai sektor, termasuk bisnis dan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi yang pesat sering kali mengabaikan dampak lingkungan yang dihasilkan, seperti polusi, penggundulan hutan, dan perubahan iklim. Hal ini mendorong munculnya konsep manajemen hijau, yang menekankan pentingnya pengelolaan sumber daya alam secara bertanggung jawab dan berkelanjutan (Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, 2014). Manajemen hijau dikatakan sebagai sebuah pendekatan yang mengintegrasikan praktik ramah lingkungan ke dalam strategi dan operasi bisnis sehari-hari. Tujuannya adalah untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan sambil meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan. Dalam konteks ini, keberlanjutan bukan hanya sekedar tren, tetapi menjadi bagian integral dari strategi bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab (Porter, M. E., & Kramer, 2006).

Keberlanjutan dalam bisnis tidak hanya berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam mencapai keunggulan kompetitif jangka panjang. Perusahaan yang berhasil mengimplementasikan praktik hijau

## DAFTAR PUSTAKA

- Arora, B., Gupta, R., & Ojha, R. (2020) *Natural Resource Management for Sustainable Development. In Sustainable Development Goals: Role of India*. Singapore: Springer. Available at: [https://doi.org/10.1007/978-981-15-3451-4\\_9](https://doi.org/10.1007/978-981-15-3451-4_9).
- Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014a) 'The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance', *Management Science*, 60(11), pp. 2835–2857. Available at: <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.1984>.
- Hart, S. L., & Milstein, M.B. (2013) 'Creating sustainable value', *Academy of Management Executive*, 17(2), pp. 56–67. Available at: <https://doi.org/10.5465/ame.2003.10025194>.
- Irawan, B., & Widodo, W. (2017) 'Strategi Pengelolaan Lingkungan dan Keberlanjutan dalam Perusahaan', *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 19(2), pp. 97–104. Available at: <https://doi.org/10.9744/jmk.19.2.97-104>.
- Kleindorfer, P. R., Singhal, K., & Van Wassenhove, L.N. (2005) 'Sustainable operations management', *Production and Operations Management*, 14(4), pp. 482–492. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1937-5956.2005.tb00235.x>.
- Mishra, N., & Jain, R. (2020) *Waste Management and Circular Economy: A Case Study of India. In Sustainable Development Goals: Role of India*. Singapore: Springer. Available at: [https://doi.org/10.1007/978-981-15-3451-4\\_13](https://doi.org/10.1007/978-981-15-3451-4_13).
- NEC (2021) *Environmental Performance Management Solution*. Available at: <https://www.nec.com/en/global/sustainability/eco/issue.html> (Accessed: 30 May 2024).
- Oktaviani, R., & Krisnawati, R. (2021) 'The Implementation of Green Management and Its Impact on the Environmental Performance of the Rubber Industry in Indonesia', *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 71(1), p.



012057. Available at: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/711/1/012057>.

- Orsato, R.J. (2006) 'Competitive environmental strategies: When does it pay to be green?', *California Management Review*, 48(2), pp. 127-143. Available at: <https://doi.org/10.2307/41166341>.
- Porter, M. E., & Kramer, M.R. (2006) *Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*. Harvard Business Review.
- Porter, M. E., & Kramer, M.R. (2011) 'Creating Shared Value', *Harvard Business Review*, pp. 62-77. Available at: <https://doi.org/10.1108/09600039410055963>.
- PRI (2020) *Principles for Responsible Investment: An Investor Initiative in Partnership with UNEP Finance Initiative and the UN Global Compact*. Available at: <https://www.unpri.org/pri>.
- Puspitasari, E., & Putri, R.N. (2020) 'Keberlanjutan Perusahaan melalui Manajemen Hijau: Studi Kasus pada PT XYZ', *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 17(1), pp. 45-58. Available at: <https://doi.org/10.21002/jaki.2020.04>.
- Sarker, M. M. R., & Islam, M.N. (2020) *Renewable Energy: Potentials and Future Prospects in India. In Sustainable Development Goals: Role of India*. Singapore: Springer. Available at: [https://doi.org/10.1007/978-981-15-3451-4\\_12](https://doi.org/10.1007/978-981-15-3451-4_12).
- Setiawan, B., & Nugroho, R.A. (2021) 'Strategi Keberlanjutan dalam Pengelolaan Perusahaan: Pendekatan Triple Bottom Line', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), pp. 77-89. Available at: <https://doi.org/10.24036/jim.v9i1.8126>.
- Sharma, S., & Bansal, P. (2020) 'Green management: Past, present, and future', *Journal of Management*, 46(1), pp. 27-54. Available at: <https://doi.org/10.1177/0149206319875158>.
- Shrivastava, P. (1995) 'Environmental technologies and competitive advantage', *Strategic Management Journal*, 16(1), pp. 183-200. Available at: <https://doi.org/10.1002/smj.4250160923>.

- Susilo, H., & Indriani, D. (2019) 'Implementasi Green Management pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 34(3), pp. 225–238. Available at: <https://doi.org/10.22146/jieb.45370>.
- Tesla, I. (2021) *Impact Report 2020*. Retrieved from. Available at: <https://www.tesla.com/2020impactreport>.
- UNFCCC (2020) *Paris Agreement. United Nations Framework Convention on Climate Change*.
- Wibowo, A., & Sutrisno, T. (2018) 'Konsep Green Management dan Implementasinya pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Semarang', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 59(1), pp. 155–164.
- Wijaya, H., & Saputra, Y. (2018) 'Pengaruh Implementasi Green Management terhadap Kinerja Perusahaan di Sektor Perbankan', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 33(2), pp. 149–161. Available at: <https://doi.org/10.22146/jieb.32792>.
- Winston, A. (2020) *The Big Pivot: Radically Practical Strategies for a Hotter, Scarcer, and More Open World*. Harvard Business Review Press.
- Zeng, S. X., Tian, P., Tam, C. M., & Deng, Z.M.. (2010) 'A review of studies on green supply chain management: Bibliometric analysis', *Journal of Cleaner Production*, 18(1), pp. 1–15. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2009.07.004>.

## TENTANG PENULIS



**Wisang Candra Bintari, S.E., M.M.**  
Universitas Muhammadiyah Sorong

Lahir di Kediri, 02 Januari 1971, penulis Lulus Sarjana Akuntansi (SE) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkececwara Malang (STIE) pada tahun 1995. Dilanjutkan dengan Pendidikan Program Magister Manajemen Keuangan di STIE ABI (Artha Bodhi Iswara) Surabaya lulus tahun 2011, dan sementara Kandidat Doctor (S3) Ilmu Manajemen Konsentrasi Manajemen Keuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin Makassar lulus tahun 2024. Penulis Sebagai Dosen Universitas Muhammadiyah Sorong sejak tahun 2002 sampai sekarang. Ada 7 buku yang sudah ber ISBN dan di HKI kan, serta banyak juga penelitian dalam bentuk luaran Publikasi Nasional terakreditasi. Dan beberapa keterlibatan dalam organisasi diluar kampus di salah forum nasional maupun regional. Semoga buku yang ini menjadi sarana dan aset bagi kampus terutama bagi para mahasiswa, atau masyarakat umum yang memperdalam ilmu manajemen. Bagi penulis semoga jadi ladang amal dan ilmu bermanfaat.

# BAB 10

## MANAJEMEN BISNIS EKONOMI BIRU

Eni Erwantiningsih, S.E., M.M.  
Universitas Merdeka Pasuruan

### A. Pendahuluan

Dalam menjalankan sebuah bisnis atau usaha dibutuhkan suatu teknis atau cara yang tepat agar usaha berjalan lancar dan tentunya mendatangkan *profit* yang berkelanjutan. Bahkan sebelum menjalankan sebuah usaha pada tahap perencanaan pun seseorang harus benar-benar menyusunnya dengan seksama. Sehingga hal ini memerlukan manajemen yaitu sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien (Griffin dkk., 2006). Tidak sedikit orang gagal dalam menjalankan usaha karena berjalan tanpa rencana yang matang yang pada akhirnya berhenti di jalan. Modal awal usaha tidak bisa kembali, produk tidak bisa dilempar ke pasar bahkan sampai terjatuh hutang. Kegagalan biasanya terjadi jika dalam memulai bisnis tidak melakukan riset sebelumnya. Diperlukan pemahaman secara menyeluruh tentang peluang usaha, kemampuan *finansial*, manajemen resiko dan tidak hanya berpikir tentang keuntungan semata.

Indonesia memiliki potensi alam yang cukup besar memberikan peluang usaha kepada masyarakatnya. Tanahnya yang subur karena memiliki iklim tropis dengan keanekaragaman tanaman sesuai ketinggian daerahnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Appley A, A. A., Lawrence, L., & Liang Lee, O. (2010). *Pengantar Manajemen*. Salemba Empat.
- Bappenas, B. (2021). *Blue Economy Development Framework for Indonesia's Economic Transformation*. Kementerian PPN/Bappenas. [https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file\\_upload/koleksi/dokumenbappenas/file/Blue%20Economy%20Development%20Framework%20for%20Indonesias%20Economic%20Transformation.pdf](https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/dokumenbappenas/file/Blue%20Economy%20Development%20Framework%20for%20Indonesias%20Economic%20Transformation.pdf)
- Griffin, G., W, R., Ebert, E., & J, R. (2006). *Business*, (8 ed.). Pearson Education Inc.
- KADIN INDONESIA, K. I. (2024). *Ekonomi Biru sebagai Jembatan Keberlanjutan dan Kesejahteraan Indonesia*. <https://kadin.id/program/ekonomi-biru/>
- Novi, N. (t.t.). *Manajemen Bisnis: Pengertian, Fungsi, Perencanaan, Unsur dan Komponen*. <https://www.gramedia.com/literasi/manajemen-bisnis/>
- Parker Foleot, M. (2007). *Manajemen*. Indeks.
- Qothrunnada, K. (2022, April 25). *Bisnis: Pengertian, Tujuan, Jenis dan*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6049917/bisnis-pengertian-tujuan-jenis-dan-contohnya>
- R. Terry, G. (1997). *Principle of Manajemen*.
- S.P. Hasibuan, M. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- suryandari, retno. (2024). *Konsep dan Sejarah Ekonomi Biru*. <https://pslh.ugm.ac.id/ekonomi-biru/>
- Undang-undang (UU) Nomor 27 Tahun 2007 tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil, Pub. L. No. 27 tahun 2007. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39911/uu-no-27-tahun-2007>

- Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis*. INSAN CENDEKIA MANDIRI.
- Yonvitner, Y., Adi Susanto, H., & Yuliana, E. (t.t.). *Pengertian, Potensi, dan Karakteristik Wilayah Pesisir*.
- Yuristamanda Putri, V. (2023, April 17). *Blue Economy sebagai Strategi Pengembangan Ekonomi Maritim di Indonesia*. <https://vokasi.ui.ac.id/web/blue-economy-sebagai-strategi-pengembangan-ekonomi-maritim-di-indonesia/>

## TENTANG PENULIS



**Eni Erwantiningsih, S.E., M.M.**

Universitas Merdeka Pasuruan

Penulis lahir di Pasuruan tanggal 29 September 1975. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan. Menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Merdeka Pasuruan pada jurusan Manajemen dan melanjutkan S2 di Universitas Merdeka Malang Program Studi Manajemen konsentrasi pada Manajemen Sumber Daya Manusia. Penulis menekuni bidang menulis khususnya terkait dengan sumber daya manusia sejak tahun 2018 yang dituangkan baik dalam jurnal penelitian serta buku. Bookchapter yang sudah dihasilkan sebanyak 6 buku dan buku ini merupakan bookchapter ke 7 dengan tetap fokus pada bidang manajemen.

# BAB 11 | TALENT MANAGEMENT

Mirdha Fahlevi SI, S.E., M.S.M.  
Universitas Teuku Umar

## A. Pendahuluan

*Talent hunting* merupakan fenomena global yang terjadi pada saat ini (Gordon, 2009). Dalam beberapa dekade terakhir, setiap perusahaan dan organisasi terus berusaha merekrut pegawai yang mempunyai kompetensi tertentu dalam rangka memenuhi kebutuhan sumber daya manusia yang berkualitas di lembaga mereka. Perusahaan maupun organisasi yang berhasil memperoleh sumber daya yang berkualitas dan menerapkan kebijakan *talent management* akan berdampak terhadap *organizational sustainability* di masa mendatang (Mujtaba & Mubarik, 2022). Sedangkan organisasi yang gagal mendapatkan talenta yang berkualitas, terancam tidak dapat bersaing secara berkelanjutan di masa mendatang.

Isu tentang *talent hunting* terjadi secara merata pada negara maju maupun negara berkembang. Pada konteks negara maju, kehadiran talenta berkualitas sangat penting untuk mewujudkan keberlanjutan perekonomian. Sedangkan pada negara berkembang, mencari talenta yang berkualitas bertujuan untuk meningkatkan perekonomian negara. Persaingan yang sengit antar organisasi dalam memperoleh pegawai yang berkualitas mendorong terjadinya fenomena *talent war*. Tidak dapat kita pungkiri bahwa *talent war* yang terjadi secara global



## DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, K., Widnyanadita, P., & Syarifah, D. (2023). 9 Box Model Talent Management: Potential Review Assessment on Bank Employees 9 Box Model Talent Management: Asesmen Potential Review pada Karyawan Bank. *Psikostudia Jurnal Psikologi*, 12(1), 40–47. <http://dx.doi.org/10.30872/psikostudia.v12i1.9559>
- Berger, L. A., & Berger, D. R. (2004). *The talent management handbook: creating organizational excellence by identifying, developing, and promoting your best people*.
- Elzek, Y. S., Soliman, M., Al Riyami, H., & Scott, N. (2023). Talent management and sustainable performance in travel agents: do green intellectual capital and green servant leadership matter? *Current Issues in Tourism*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2252560>
- Festing, M., & Schäfer, L. (2014). Generational challenges to talent management: A framework for talent retention based on the psychological-contract perspective. *Journal of World Business*, 49(2), 262–271. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2013.11.010>
- Gallardo-Gallardo, E., Thunnissen, M., & Scullion, H. (2020). Talent management: context matters. *International Journal of Human Resource Management*, 31(4), 457–473. <https://doi.org/10.1080/09585192.2019.1642645>
- Gordon, E. (2009). The global talent crisis. *Futurist*, 43(5), 34–39.
- Kaliannan, M., Darmalinggam, D., Dorasamy, M., & Abraham, M. (2023). Inclusive talent development as a key talent management approach: A systematic literature review. *Human Resource Management Review*, 33(1), 100926. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2022.100926>
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. (2019). *Permen PANRB 03/2020 tentang Manajemen Talenta ASN*. 25.

- Lewis, R. E., & Heckman, R. J. (2006). Talent management: A critical review. *Human Resource Management Review*, 16(2), 139–154. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2006.03.001>
- Mujtaba, M., & Mubarik, M. S. (2022). Talent management and organizational sustainability: role of sustainable behaviour. *International Journal of Organizational Analysis*, 30(2), 389–407. <https://doi.org/10.1108/IJOA-06-2020-2253>
- Ng, P. T. (2013). The global war for talent: Responses and challenges in the Singapore higher education system. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 35(3), 280–292. <https://doi.org/10.1080/1360080X.2013.786859>
- Sivathanu, B., & Pillai, R. (2020). Technology and talent analytics for talent management - a game changer for organizational performance. *International Journal of Organizational Analysis*, 28(2), 457–473. <https://doi.org/10.1108/IJOA-01-2019-1634>
- Srivastava, P., & Bhatnagar, J. (2010). Employer Brand for Talent Acquisition: An Exploration towards its Measurement. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 14(1–2), 25–34. <https://doi.org/10.1177/097226291001400103>
- Walford-Wright, G., & Scott-Jackson, W. (2018). Talent Rising; people analytics and technology driving talent acquisition strategy. *Strategic HR Review*, 17(5), 226–233. <https://doi.org/10.1108/shr-08-2018-0071>
- Yu, E. W. Y., & Tam, N. L. L. (2016). The puzzle of Macao's talent development. *Asian Education and Development Studies*, 5(4), 423–437. <https://doi.org/10.1108/AEDS-11-2015-0060>

## TENTANG PENULIS

**Mirdha Fahlevi SI, S.E., M.S.M.**

Universitas Teuku Umar



Penulis adalah dosen program studi S1 Manajemen Universitas Teuku Umar. Jenjang pendidikan sarjana ditempuh Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala tahun 2010 hingga 2014. Selanjutnya, melanjutkan jenjang pendidikan magister pada program studi S-2 Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia sejak tahun 2016 hingga 2018. Penulis menekuni bidang keilmuan manajemen sumber daya manusia. Motivasi penulis adalah menulis untuk mengabadikan karya, gagasan, pengetahuan dan pemikiran sebagai pengetahuan kolektif sebagai modal dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Penulis dapat dihubungi pada alamat email *mirdha.fahlevi@gmail.com*.

# BAB 12

## MANAJEMEN ISU DAN KRISIS: PERSPEKTIF SIBERNETIK DALAM PENGELOLAAN ISU DAN KRISIS

Natalia Widiyarsari, S.IP., M.Si.

Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

### A. Pendahuluan

Dunia digital menghadirkan keberagaman informasi dalam tempo yang cepat, bahkan sebelum informasi tersebut dikonfirmasi. Adalah sah bagi orang kebanyakan untuk memberitakan hal-hal yang memiliki nilai urgensi secara cepat, sebagai contoh informasi gempa dari BMKG (Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika). Publik disuguhkan informasi perkiraan di mana titik pusat gempa dan berapa kekuatannya dengan kecepatan di bawah lima menit. Kemudian, informasi yang lebih spesifik atau lebih presisi akan menyusul beberapa saat setelahnya dalam bentuk *update* informasi.

Lebih lanjut, dunia digital juga membuka peluang untuk keragaman pesan dan makna yang sering diistilahkan dengan polisemi. Di mana satu hal dimaknai secara berbeda-beda, bergantung pada sumber informasi maupun penerima informasinya. Ini merupakan konsekuensi logis dari *user-generated-content*. Mendahului fenomena *user-generated-content* adalah konsep Jarum Hipodermik, di mana informasi diproduksi oleh sedikit lembaga, dan pemirsa atau pembaca diasumsikan pasif. Pembaca yang pasif ini diasumsikan menelan atau percaya begitu saja atas informasi yang disediakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdelzadeh, Ali & Sedelius, Thomas (2024). Building trust in times of crises: A Panel study of the influence of satisfaction with COVID 19 communication and management. *Journal of Contingencies and Crisis Management*. Diakses 18 Mei 2024 (DOI: [10.1111/1468-5973.12531](https://doi.org/10.1111/1468-5973.12531)).
- Blanding, Michael (2022). Go Time: How Leaders Can Learn to Manage Crises and Uncertainty. Diakses 16 Mei 2024 (<https://ideas.darden.virginia.edu/leading-crises-and-uncertainty>).
- Cambridge Dictionary (NA). Issue. Diakses 16 Mei 2024 ([https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/issue#google\\_vignette](https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/issue#google_vignette))
- CNN Indonesia (2023). Apa itu Influencer? Pengertian, Jenis dan Cara Kerjanya. Diakses 16 Mei 2024. (<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230627101306-104-966972/apa-itu-influencer-pengertian-jenis-dan-cara-kerjanya>)
- Em, Griffin (2012). *The First Look at Communication Theory*. McGraw Hill, USA
- Fink, Steven (2013). *Crisis Communications: The Definitive Guide to Managing the Message*. McGraw-Hill, USA
- Fitria, Riska (2023). Review Jujur Warung Makan Nyak Kopsah, Codeblu Beri Nilai 3/10. Diakses 16 Mei 2024. (<https://food.detik.com/info-kuliner/d-6944877/review-jujur-warung-makan-nyak-kopsah-codeblu-beri-nilai-3-10>)
- Forbes, Mark (2024). *Surviving Crisis: Essential tools for managing and recovering from reputational crises*, Icon Reputation, Melbourne Australia
- Haase, Thomas W (2017). Uncertainty in Crises Management. In: Farazmand, A. (eds) *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance*. Diakses 15 Mei 2024 ( [https://doi.org/10.1007/978-3-319-31816-5\\_2922-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-31816-5_2922-1))
- KBBI (NA). Isu. Diakses 16 Mei 2024. (<https://kbbi.web.id/isu>)

- Kemp, Simon (2022). Digital 2022: Indonesia. Diakses 16 Mei 2024. (<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia#:~:text=For%20perspective%2C%20these%20user%20figures,the%20beginning%20of%20the%20year>)
- Littlejohn, Steven W. & Foss, Karen A. (2012). *Theories of Human Communication 10 edition*. Waveland Press, Inc. Long Grove, Illinois USA
- Maman, Kang (2021). *Bahagia Bersama*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta
- Milken Institute (2014). Crises Management and Communication. *Milken Institute Global Conference*. Diakses 18 Mei 2024 (<https://www.youtube.com/watch?si=h3WmgqpJus0FJ1u-&v=bBGbqwTihC4&feature=youtu.be>)
- Mitroff, Ian I. (2021). How Organizational Crises Can Lead to Collective Trauma. Diakses 18 Mei, 2024 (<https://www.psychologytoday.com/intl/blog/crisis-management/202103/how-organizational-crises-can-lead-collective-trauma>)
- Oktaviani, Tari & Nailufar, Nibras Nada (2023). Kronologi Lumpur Lapindo. Diakses 18 Mei 2024 (<https://nasional.kompas.com/read/2023/07/06/00150071/kronologi-lumpur-lapindo?page=all>)
- Rav, Yehuda (2010). Perspective on the History of the Cybernetics Movement: the Path to Current Research through the Contributions of Norbert Wiener, Warren McCulloch, and John von Neumann. *Cybernetics and Systems: An International Journal* Vol. 33, Issue 8. Diakses 17 Mei 2024 (<https://doi.org/10.1080/01969720290040830>)

- Rizky, Maryasari (2024). Bos Sepatu Yongki Komaladi Buka Suara Pabrik Bata Tutup. Diakses 16 Mei 2024 (<https://www.cnbcindonesia.com/news/20240514182300-4-538065/bos-sepatu-yongki-komaladi-buka-suara-pabrik-bata-tutup>)
- Strawser, Bryan (2023). Crisis Management: Strengthening Stakeholder Trust. Bryghtpath Navigating Resilience. Diakses 18 Mei 2024 (<https://bryghtpath.com/crisis-management-stakeholder-trust/>)
- Syafira, Nanda (2023). Sejarah Kelam Lumpur Lapindo Sidoarjo Menyembur 17 Tahun Silam. Diakses 18 Mei 2024 (<https://www.detik.com/jatim/berita/d-6744822/sejarah-kelam-lumpur-lapindo-sidoarjo-yang-menyembur-17-tahun-silam>)
- Takahashi, Bruno & Tandoc, Edson (2014). Social Media Use in the Face of Disaster. Natural Hazard Center. Diakses 18 Mei 2024 (<https://hazards.colorado.edu/quick-response-report/social-media-use-in-the-face-of-disaster>).
- Yanwardhana, Emir (2024). Jokowi Buka Suara Soal Pabrik Bata Tutup, Sebut Hal Tak Terduga Ini. Diakses 16 Mei 2024 (<https://www.cnbcindonesia.com/news/20240507120657-4-536358/jokowi-buka-suara-soal-pabrik-bata-tutup-sebut-hal-tak-terduga-ini>)
- Yogatama, Benediktus Krisna & Mediana (2024). Pabrik Tutup, Toko Sepatu Bata Beroperasi Andalkan Produk Impor. Diakses 16 Mei 2024 (<https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2024/05/06/pabrik-tutup-toko-sepatu-bata-beroperasi-andalkan-produk-impor>)

## TENTANG PENULIS



**Natalia Widiyanti, S.IP., M.Si.**

Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

Penulis lahir di Tegal tanggal 19 Desember 1979. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Komunikasi, Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis dan Ilmu Komunikasi, UNIKA Atma Jaya. Menyelesaikan pendidikan S1 dari Program Studi Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Parahyangan Bandung, S2 dari Department Komunikasi, Program Pascasarjana Universitas Indonesia dan Kandidat Doktor dari College of Mass Communication, University of the Philippines Diliman dengan fokus pada bidang riset komunikasi. Penulis menekuni topik-topik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Identitas, Branding, dan Komunikasi Pemasaran Daring. Motivasi penulis yaitu menghayati bidang yang ditekuni dan mendiskusikannya sebagai karya reflektif yang menuntun pada kesadaran bahwa pengetahuan harus memanusiakan manusia. Karya yang sudah diterbitkan sebagian besar dipublikasikan pada jurnal ilmiah terakreditasi Shinta dan jurnal internasional bereputasi. Karya penulis dapat diakses melalui Researchgate atas nama Natalia Widiyanti.



# BAB 13

## MANAGING KNOWLEDGE

Arif Nugroho Rachman, S.E., M.M., M.Ak.  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

### A. Pendahuluan

Pengetahuan menjadi dasar bagi manusia untuk mengembangkan kehidupan dan meningkatkan kesejahteraan. Manusia mengalami gelombang peradaban ekonomi yang cukup pesat, dimulai dari era pertanian, kemudian era industry, dan dilanjutkan era informasi dan teknologi. Manusia saat ini dihadapkan pada era fase teknologi, dimana teknologi memegang peranan yang sangat penting serta mendukung perkembangan ekonomi suatu masyarakat. Persaingan bisnis yang semakin ketat, menuntut pelaku bisnis untuk melakukan perubahan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah dalam hal manajemen yang biasa dinamakan manajemen perubahan. Pelaku bisnis saat ini dihadapkan pada basis informasi, dimana informasi memegang peranan penting dalam pengembangan sebuah bisnis. Era informasi yang dikombinasikan dengan teknologi sehingga bisa menjadi sarana untuk mendukung pesatnya perkembangan usaha, yang ini akan menjadikan bisnis lebih kompetitif serta memiliki nilai tambah atau value. Bisnis di era gempuran teknologi informasi sudah tidak mengandalkan tempat atau lokasi yang strategis atau memiliki persediaan yang banyak seperti bisnis konvensional pada umumnya. Pelaku usaha dan bisnis saat ini sudah banyak yang masuk generasi Z,

## DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, 2022. *Ekonomi Kreatif*. - ed. Yogyakarta: Modul Universitas PGRI.
- Ankarath *et al*, 2015. *Memahami IFRS Standar Pelaporan Keuangan Internasional*. Indonesia ed. Jakarta: Indeks.
- Sobirin, 2022. *Manajemen Perubahan*. 3 ed. Tangerang Selatan : Universitas Terbuka.
- Widayati, 2016. Knowledge Management: Mendayagunakan Pengalaman dan Informasi. *KOMPUTAKI*, Vol 1 No 1 Februari 2016, Hal 114-132
- Yudhanti, 2011. Intellectual Capital dan Ukuran Fundamental Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan keuangan*, Vol 13 No 2 November 2011, Hal 57-66

## TENTANG PENULIS



**Arif Nugroho Rachman, S.E., M.M., M.Ak.**  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Penulis lahir di Wonogiri tanggal 07 September 1984. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta. Menyelesaikan pendidikan S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta tahun 2007, dan melanjutkan S2 Magister Manajemen Konsentrasi Keuangan di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta tahun 2011 dan S2 Magister Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2024. Penulis menekuni dunia akademisi menjadi dosen dan praktisi pelaku UMKM sampai dengan saat ini, dengan mengembangkan kompetensi Akuntansi Manajemen, Bank dan Lembaga keuangan, Koperasi dan UMKM. Motivasi penulis dalam menulis buku ini berharap bisa mengembangkan kompetensi yang dimilikinya. Karya yang sudah diterbitkan jurnal ilmiah baik yang diterbitkan di jurnal nasional terakreditasi sinta maupun internasional.

# BAB 14

## MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA

Dr. Endang Sungkawati, M.Si.  
Universitas Wisnuwardhana

### A. Pendahuluan

Pariwisata adalah salah satu sektor utama yang memainkan peran penting dalam perkembangan ekonomi suatu daerah, karena diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan regional (Agustin *et al.*, 2021). Selain itu, sektor pariwisata memiliki efek pengganda (*multiplier effect*) yang dapat merangsang pertumbuhan sektor-sektor lain. Misalnya, sektor perdagangan akan mengalami peningkatan aktivitas karena meningkatnya permintaan dari wisatawan, sektor jasa akan berkembang dengan menawarkan berbagai layanan kepada pengunjung, sektor penyewaan tempat tinggal akan mendapat manfaat dari meningkatnya kebutuhan akomodasi, dan sektor tenaga kerja akan berkembang karena adanya peningkatan kesempatan kerja di bidang-bidang tersebut (Haeruddin *et al.*, 2022). Hal demikian mencerminkan pentingnya sektor pariwisata dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang cepat dan berkelanjutan.

Dalam mengatasi permasalahan pengangguran dan kemiskinan, sektor pariwisata memiliki peran penting. Dengan menyediakan lapangan kerja, pariwisata dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran. Selain itu, melalui peningkatan penghasilan dan standar hidup masyarakat lokal

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. N., Hendrati, I. M., & Asmara, K. (2021). Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya. *Jurnal Progres Ekonomi Pembangunan (JPEP)*, 6(2), 78. <https://doi.org/10.33772/jpep.v6i2.19036>
- Amalia Yunia Rahmawati. (2020). *Pengantar Manajemen*. July, 1–23.
- Arida, I. N. S. (2016). *Buku Ajar Pariwisata Berkelanjutan*.
- Arief, S. (2018). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Dalam Perspektif Sosial Ekonomi. *Jurnal Planoearth*, 3(1), 7–11. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/JPE/article/view/213/0>
- Hadi, S., Prayuginingsih, H., & Aulia, A. N. (2020). *Buku Ajar Manajemen Bisnis*. 1–102.
- Haeruddin, Jawiah, S., Lebang, N. S., Togala, R., & Erfain. (2022). Analisis Perubahan Perilaku Ekonomi Masyarakat sebagai Dampak Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 196–208. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v2i3.136>
- Hamid, D. (2018). Strategi dan Implementasi Pengembangan Destinasi Pariwisata (Studi Kasus pada Wisata Waduk Gondang dan Wisata Religi Sunan Drajat Kabupaten Lamongan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 59(1), 91–97.
- Isdarmanto. (2017). Dasar Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata. In *Gerbang Media Aksara dan STiPrAm*. <http://perpus.univpancasila.ac.id/repository/EBUPT190173.pdf>
- Isdarmanto, I. (2020). Strategi Branding Pengembangan Industri Pariwisata 4.0 Melalui Kompetitif Multimedia di Era Digital. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.19184/jtc.v4i1.14383>

- Joehastanti, J. (2012). Strategi Pemasaran Wisata Alam Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kawasan Wisata Kabupaten Kediri. *Jurnal Revitalisasi*, 1(2), 61-73.
- Miranti, D., Triyuni, N. N., & Nadra, N. M. (2023). *Implementasi Green Tourism dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Desa Wisata Bonjeruk Lombok Tengah*. <http://repository.pnb.ac.id/7401/>
- Nurhidayati, S. E. (2012). Community Based Tourism sebagai Pendekatan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan. *Media Masyarakat Kebudayaan Dan Politik*, 10(3), 191-202. [http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/Community Based Tourism \\_CBT\\_.pdf](http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/Community%20Based%20Tourism_CBT_.pdf)
- Rahmat, T., & Apriliani, D. (2023). Model Pengembangan Desa Wisata Berbasis Sustainability Tourism Dalam Perpektif Green HRM. *KarismaPro*, 13(2), 87-98. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v13i2.1073>
- Rahmayani, D., Yuliani, R., Kristanti, N. R., Marpaung, G. N., Supriyadi, A., & Nuurfauzi, M. (2022). Peningkatan Kapabilitas Green Economy Dalam Pengembangan Desa Wisata Sebagai Upaya Mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 171. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i1.36289>
- Rawanoko, E. S., Sungkawati, E., & Ario, M. F. (2023). Promoting Pancasila values through local culture: a case study of the Tengger festival of the karo ethnic group for ecotourism development. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 20(1), 197-204. <https://doi.org/10.21831/jc.v20i1.59711>
- Sungkawati, E., Hernanik, N. D., & Prawoto, B. (2023). Entrepreneurial Orientation Model In Creating Product Quality To Increase Competitive Advantage. *SIBATIK JOURNAL*, 2(11), 3555-3564. <https://www.publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK/article/view/1490>

Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. 252.

Wahyudi, D., Hasanah, E. U., Lantarsih, R., Syamsiro, M., & Prasetyanto, H. (2022). Pengembangan Green Tourism Di Desa Wisata Srimulyo untuk Pelestarian Lingkungan. *Prosiding Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dharmawangsa*, 1(1), 46-51.  
<https://doi.org/10.46576/prosfeb.v1i1.36>

## TENTANG PENULIS



**Dr. Endang Sungkawati, M.Si.**

Universitas Wisnuwardhana

Lahir dari orang tua pendidik, Endang Sungkawati mempunyai cita-cita sebagai seorang guru. Untuk mencapai cita-citanya, setelah menyelesaikan SMA di Kota Blitar, meneruskan pendidikannya di IKIP Negeri Malang (sekarang Universitas Negeri Malang), sedangkan pendidikan magister diselesaikan di Universitas Brawijaya tahun 1997 pada Program Studi Administrasi Niaga, dan tahun 2014 menyelesaikan pendidikan doktor bidang Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Malang. Setelah lulus sarjana tahun 1992, diangkat sebagai dosen diperbantukan (DPK) di Universitas Wisnuwardhana Malang pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Kemudian mutasi ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi manajemen setelah menyelesaikan pendidikan magister tahun 1997. Aktifitas lain selain sebagai dosen, adalah sebagai asesor sertifikasi guru (mulai tahun 2006), asesor BNSP bidang kewirausahaan (mulai tahun 2013), sebagai asesor Calon Kepala Sekolah (mulai tahun 2015), dan sebagai ketua pengurus koperasi karyawan Unidha (mulai tahun 2017 sd sekarang). Mulai tahun 2014 aktif sebagai peneliti dan pengabdian masyarakat di bidang manajemen koperasi dan UMKM. Atas dasar hasil penelitian dan pengabdian, setiap tahun mengikuti seminar nasional maupun internasional, baik sebagai peserta maupun nara sumber. Artikel yang dihasilkan dipublikasikan tidak hanya pada jurnal nasional terakreditasi, tetapi juga pada jurnal internasional bereputasi (Indeks Scopus). Buku yang telah diterbitkan yaitu "Sistem Manajemen Koperasi", "Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Kecil" dan "Manfaat Koperasi Indonesia", "Pendidikan Koperasi berwawasan Gender", "Kinerja Karyawan", "Kewirausahaan Koperasi dan UMKM", "Perilaku Konsumen" Alamat korespondensi melalui [endang\\_sung@yahoo.co.id](mailto:endang_sung@yahoo.co.id)



# BAB 15 | MANAJEMEN BIAYA DALAM BISNIS

**Martini, S.E., M.Akt.**  
Universitas Budi Luhur

## **A. Pendahuluan**

Tanggung jawab dan tugas sebagai seorang manajer keuangan pada sebuah perusahaan akan berbeda dari satu perusahaan ke perusahaan lain. Perbedaan ini pastinya tidak akan lepas dari kebijakan masing-masing perusahaan. Namun, perbedaan itu hanyalah sebuah perbedaan yang bersifat nuansa yang dapat terjadi karena sebuah kebijakan ataupun skala dari perusahaan tersebut. Akan tetapi, tugas pokok seorang manajer keuangan tetaplah sama, yakni menyangkut tentang pengambilan keputusan dalam investasi, pembiayaan kegiatan bisnis serta pembagian dividen kepada investor serta menjamin kepuasan berbagai pihak yang berkepentingan, baik pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan. Bermodalkan sebuah pengetahuan yang dimiliki, seorang manajer keuangan harus jeli dalam pengambilan keputusan yang tepat dalam pengelolaan keuangan perusahaan (Listiadi, 2018).

Manajemen biaya melibatkan berbagai proses seperti perencanaan anggaran, perkiraan biaya, aktivitas pendanaan, pendanaan acara atau kegiatan, serta pengelolaan biaya yang terjadi di perusahaan sehingga bisnis dapat beroperasi sesuai dengan anggaran yang telah dibuat. Dalam perusahaan manufaktur, manajemen biaya juga dapat berperan penting

## DAFTAR PUSTAKA

- Audina, Y. and Lestari, U.P. (2021) 'Penerapan Activity Based Costing untuk Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan', *Jurnal Riset dan Aplikasi: Akuntansi dan Manajemen*, 5(1), pp. 67-82. Available at: <https://doi.org/10.33795/jraam.v5i1.007>.
- <https://investapedia.id> (2024) *Biaya Variabel Bisnis : 5 Hal Penting harus Diperhatikan*, <https://investapedia.id>. Available at: <https://www.investapedia.id/biaya-variabel-bisnis=5-hal-penting-yang-harus-diperhatikan/>.
- Idawati, W. (2017) 'Sistem Perhitungan Biaya Berdasarkan Job Order Costing, Process Costing, Activity Base Costing, Activity Base Management', *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 5(1), pp. 64-90.
- Listiadi, A. (2018) 'Manajemen Biaya untuk Meningkatkan Ketepatan Penghitungan Biaya melalui Biaya Berbasis Aktivitas', *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 7(2), p. 125. Available at: <https://doi.org/10.26740/bisma.v7n2.p125-133>.
- Maemunah, M. et al. (2023) *Akuntansi Manajemen (Sistem dan Analisis)*. Pertama. Edited by Hartini. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Manurung, S. et al. (2020) *Akuntansi Manajemen*. pertama, *Jurnal Ilmu Pendidikan*. pertama. Edited by Gustian Djuanda. Bandung: Widina Bhakti Persada Bnadung.
- Muna, K.N. and Ismaya, M.I.N. (2023) 'Strategi Pengendalian Biaya Produksi Pada Operasional Manufaktur Yang Efektif', *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(03), pp. 197-203. Available at: <https://doi.org/10.58812/smb.v1i03.182>.
- Pratama, B.Y. (2020) *Keunggulan dari Metode Activity Based Costing dalam Menjalankan Usaha Keunggulan dari Metode Activity Based Costing dalam Menjalankan Usaha Manufaktur*,

ResearchGate. Available at:  
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29827.32805>.

Senastri, K. (2020) *Manajemen Biaya : Pengeratian, Konsep, Macam, dan Alur Manajemen Biaya*, <https://accurate.id>. Available at:  
<https://accurate.id/akuntansi/manajemen-biaya/>.

Shihab, W.K. and R, S.P. (2017) 'Effect of Physical Treatment on the Physicochemical, Rheological and Functional Properties of Yam Meal of the Cultivar "Ngumvu" From Dioscorea Alata L. of Congo', *International Journal of Recent Scientific Research*, 8(7), pp. 18288–18306. Available at:  
<https://doi.org/10.24327/IJRSR>.

Tahang, M. and Hakim, M.P. (2023) 'Pengaruh Penerapan Activity Based Costing (Abc) Terhadap Manajemen Biaya Produksi, Produktivitas Perusahaan, Dan Efisiensi Perusahaan', *Jurnal Lentera Akuntansi*, 8(1), p. 287. Available at:  
<https://doi.org/10.34127/jrakt.v8i1.885>.

## TENTANG PENULIS



**Martini, S.E., M.Akt.**  
Universitas Budi Luhur

Penulis lahir di Klaten, Jawa Tengah tanggal 07 Januari 1980. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur Jakarta. Menyelesaikan pendidikan S1 tahun 2006 dan S2 tahun 2011 pada program studi Akuntansi. Penulis menekuni bidang akuntansi dan perpajakan. Motivasi penulis terjun dalam dunia pendidikan adalah membagikan ilmu dan pengalaman yang diperoleh kepada masyarakat. Karya yang sudah diterbitkan selain hasil dari riset dan pengabdian kepada masyarakat, penulis juga pernah menerbitkan sebuah buku perpajakan pada tahun 2022 secara elektronik.

# BAB 16

## EKONOMI BUDAYA DAN INVESTASI

**Dr. Maidalena, S.T., M.M.**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

### **A. Pendahuluan**

Ekonomi budaya, yang juga dikenal sebagai ekonomi sosial, memfokuskan pada interaksi antara budaya dan ekonomi. Dalam konteks ini, budaya merujuk pada nilai-nilai, kebiasaan, dan pola pikir yang dominan dalam suatu masyarakat. Ekonomi budaya mempelajari bagaimana budaya mempengaruhi perilaku konsumen dan keputusan investasi. Dalam beberapa kasus, budaya dapat mempengaruhi minat seseorang dalam berinvestasi. Misalnya, jika budaya di suatu negara menekankan pentingnya menabung dan investasi, maka masyarakat di negara tersebut cenderung lebih aktif dalam berinvestasi. Sebaliknya, jika budaya menekankan konsumsi sekarang, maka masyarakat cenderung lebih fokus pada pengeluaran sekarang daripada menabung untuk masa depan.

Dalam beberapa penelitian, ditemukan bahwa budaya investasi di Indonesia masih rendah. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pasar modal dan rasa tidak percaya masyarakat untuk melakukan investasi karena menganggap investasi memiliki resiko yang tinggi. Untuk mengatasi masalah tersebut, beberapa inisiatif telah dilakukan, seperti program "Yuk Nabung Saham" yang diperkenalkan oleh Bursa Efek

## DAFTAR PUSTAKA

- Beukelaer, C. De and Spence, K.-M. (2019) *Global Cultural Economy*.
- Bonna, A.K. and Amoah, R.A.-M. (2019) 'Influence of Culture on Investment Decisions: A Cross- Sectional Study of Ghanaian Population', *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 11(6), pp. 32-45.
- Cakranegara, P.A. (2021) 'Analisis Rendahnya Tingkat Investasi di Indonesia dengan Menggunakan Pendekatan Budaya', *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, 7(4), pp. 107-114. Available at: <https://doi.org/10.32884/ideas.v7i4.485>.
- Gibson, C.R. (2010) 'Place Making: Mapping Culture, Creating Places: Collisions of Science and Art', *Faculty of Science, Medicine and Health*, pp. 66-83. Available at: <https://ro.uow.edu.au/scipapers/763>.
- Grenni, S., Horlings, L.G. and Soini, K. (2020) 'Linking Spatial Planning and Place Branding Strategies Through Cultural Narratives in Places', *European Planning Studies*, 28(7), pp. 1355-1374. Available at: <https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1701292>.
- Kairiss, A., Geipele, I. and Olevska-Kairisa, I. (2023) 'Sustainability of Cultural Heritage-Related Projects: Use of Socio-Economic Indicators in Latvia', *Sustainability*, 15, pp. 1-29. Available at: <https://doi.org/10.3390/su151310109>.
- Longley, A. and Duxbury, N. (2016) 'Introduction: Mapping Cultural Intangibles', *City, Culture and Society*, 7(1), pp. 1-7. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2015.12.006>.
- Munir, N., Amang, B. and Pramukti, A. (2024) 'Antara Berkah dan Materi: Keputusan Investasi pada Saham Syariah', *JEMMA (Jurnal of Economic, Management, and Accounting)*, 7(1), pp. 31-50.
- Nocca, F. and Girard, L.F. (2018) 'Towards an Integrated Evaluation Approach for Cultural Urban Landscape

Conservation/Regeneration', *Region*, 5(1), pp. 33–51.  
Available at: <https://doi.org/10.18335/region.v5i1.160>.

Rizzo, I. and Throsby, D. (2006) 'Cultural Heritage : Economic Analysis And Public', in *Handbook of the Economics of Art and Culture*. Available at: [https://doi.org/10.1016/S1574-0676\(06\)01028-3](https://doi.org/10.1016/S1574-0676(06)01028-3).

Throsby, D. (2016) 'Investment in Urban Heritage Conservation in Developing Countries: Concepts, Methods and Data', *City, Culture and Society*, 7(2), pp. 81–86. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2015.11.002>.

## TENTANG PENULIS



**Dr. Maidalena, S.T., M.M.**

**Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

Penulis bernama Maidalena, lahir pada 25 Mei 1981 di Kota Pekanbaru Provinsi Riau, adalah bungsu dari enam bersaudara dari pasangan luar biasa, H. Syahbudin Nasution dan Hj. Ambun Sari. Pendidikan Penulis dimulai dengan meraih gelar sarjana S1 di Fakultas Teknik dari Universitas Andalas - Padang. Setelah itu, Penulis melanjutkan studi S2 pascasarjana Magister Manajemen di Universitas Riau - Pekanbaru. Penulis menyelesaikan kuliah S3 di Universitas Andalas pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Program Doktor Ilmu Ekonomi yang telah memberikan Penulis dasar yang kuat dalam pemahaman tentang Ilmu Ekonomi dan juga Ilmu Manajemen Keuangan untuk dapat mempersiapkan dirinya untuk peran akademik yang lebih tinggi. Saat ini, Penulis merupakan salah satu pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara - Medan. Pengalaman ikut serta dalam penulisan *book chapter* ini memungkinkan Penulis untuk berbagi pengetahuan dan wawasan kepada mahasiswa, serta mengembangkan kemampuan.

Penulis juga memiliki pengalaman mengajar berbagai mata kuliah yang terkait dengan ekonomi dan keuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sumatera Utara - Medan. Di antara mata kuliah yang biasa diajarkan oleh Penulis adalah manajemen keuangan, statistik, matematika keuangan, evaluasi proyek, ekonomi manajerial, manajemen operasi, serta mata kuliah lainnya yang berkaitan dengan bidang ekonomi dan keuangan.



# BAB 17 | VIRAL MARKETING DAN TREND JACKING

Dr. Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., MPA., M.I.Kom.  
Universitas Pelita Harapan

## A. Pendahuluan

Kegiatan pemasaran saat ini ikut berubah seiring dengan perkembangan teknologi, para pemasar mulai melakukan berbagai strategi alternatif termasuk *viral marketing*. *Viral marketing* memanfaatkan *social network* yang dimiliki konsumen maupun pelanggan, dengan meminta pelanggan untuk membagikan informasi produk kepada teman-teman yang menjadi jaringan sosial konsumen tersebut. Sebelumnya, beberapa penelitian mendalam menunjukkan bahwa jejaring sosial mempengaruhi adopsi inovasi produk individu (Rogers, 1995; Soule, 1998). *Viral marketing* merupakan metode pemasaran dari mulut ke mulut yang mendorong audiens menciptakan buzz. *Viral marketing* berfungsi paling baik jika konten yang dibuat di media sosial dapat dibagikan dan mendorong partisipasi (Miller, 2010).

*Viral marketing* merupakan sebuah strategi pemasaran yang perlu diukur efisiensi dan efektivitasnya, namun sampai saat ini hal tersebut memerlukan klasifikasi produk yang jelas. Subramani dan Rajagopalan dalam penelitiannya menyatakan perlu ada pemahaman yang lebih baik tentang konteks strategi pemasaran yang dapat digunakan sesuai dengan karakteristik produk dan layanan yang paling efektif (Rajagopalan, 2003).

## DAFTAR PUSTAKA

- Babbie, E. (2008). *The Basic of Social Research*. London: Wadsworth.
- Bhattacharya, S. (2019). Viral Marketing on Social Network. *Physica A*.
- Botha, E. (2013). To Share or Not To Share: The Role of Content and Emotion in Viral Marketing. *Journal of Public Affairs*, 160-171.
- Carolan, B. (2013). *Social Network Analysis and Education*. London: Sage Publication.
- Coleman, J. (1990). *Foundation of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- D'Adrea, A. (2020). An Overview of Method for Virtual Social Network Analysis. *Computational Social Network Analysis: Trend, Tools, and Research Advances*, 3-25.
- Duolingo. (2024). *design.duolingo.com*. Retrieved from [duolingo.com](https://duolingo.com).
- Eriyanto. (2014). *Analisis Jaringan Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Erwin, E. (2023). Social Media Micro-enterprise: Utilizing Social Media Influences, Marketing Contents and Viral Marketing Campaigns to Increase Customer Engagement. *International Conference of Economic, Business, and Entrepreneur* (pp. 578-593). Atlantis Press.
- Hanson, T. (2024, March 10). *2024 Trend Jacking Template: A Step-by-Step Guide*. Retrieved from [penfriend.com: penfriend.com/trend-jacking-template](https://penfriend.com/penfriend.com/trend-jacking-template)
- Kadusin, C. (2012). *Understanding Social Network: Theories, Concept, and Finding*. New York: Oxford University Press.
- Lambrecht, A. (2018). Advertising to Early Trend Propagators: Evidence form Twitter. *Marketing Science*, 177-199.
- Leskovec, J. (2007). The Dynamics of Viral Marketing. *ACM Transactions on the Web*.

- Miller, R. (2010). Social Media and Its Implications for Viral Marketing. *Asia Pacific Public Relations Journals*, 1-9.
- Moh'dAl-Dwairi, R. (2024). An Effective Model of Viral Marketing for E-Commerce Enterprise. *High Tech and Innovation Journal*, 143-156.
- Pryke, S. (2012). *Social Network Analysis*. West Sussex: Wiley.
- Rajagopalan, M. S. (2003). Knowledge -sharing and Influence in Online Social Network via Viral Marketing. *Comm. ACM*, 300-307.
- Rogers, E. (1995). *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.
- Soule, D. S. (1998). Diffusion in Organizations and Social Movements. *Ann. Rev. Sociol*, 265-290.
- Vianna, K. A. (2016). The Relationship between Viral Marketing, Purchase Intention, and Brand Visibility. *Academy of Marketing Science World Marketing COngress* (pp. 229-241). Springer International .
- Zhou, J. (2019). Cost-efficient Viral Marketing in Online Social Network. *World Wide Web*, 1355-2378.

## TENTANG PENULIS



**Dr. Magdalena Lestari Ginting, S.Sos.,  
MPA., M.I.Kom.**

Universitas Pelita Harapan

Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan. Menyelesaikan pendidikan S1 pada jurusan Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Jurnalistik dan Komunikasi pemasaran dan periklanan, S2 pada jurusan Manajemen Komunikasi dan Manajemen HRD dan S3 pada Jurusan Riset Manajemen untuk konsentrasi Marketing. Sebelum menjadi dosen Penulis adalah seorang *greenpreneur* melalui tulisannya Penulis berharap dapat memberikan motivasi bagi pelaku usaha untuk bersama-sama memberikan kontribusi yang baik bagi 3P (*people, planet, and profit*).

# BAB 18 | MANAJAMEN BRAND

**Dr. Prita Prasetya, S.Si., M.M.**  
Universitas Prasetya Mulya, Jakarta

## **A. Pendahuluan**

Studi tentang brand dan manajemen brand secara historis telah menarik banyak minat di kalangan praktisi dan akademisi. Banyaknya literatur terkait brand yang diterbitkan dalam lima puluh tahun terakhir di berbagai jurnal, buku, dan prosiding konferensi, mengenai beragam isu dan topik, dapat menjadi referensi bagi para peneliti brand. Artikel-artikel yang dipilih ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai status penelitian terkait brand, menampilkan perdebatan ilmiah mengenai sejumlah isu yang masih belum terselesaikan dan tantangan kontemporer yang dihadapi oleh brand dan manajemennya. Pendahuluan ini akan menyajikan gambaran umum tentang masalah utama yang belum terselesaikan dalam penelitian manajemen brand dan tantangan berikutnya bagi peneliti akademis dan praktisi. Titik awalnya adalah perdebatan terkait pertanyaan mendasar tentang 'apa itu brand' dan definisi 'konstruksi brand'. Pengujian mengenai apa itu sebuah brand atau, yang lebih penting, bagaimana brand tersebut dipahami, berkaitan dengan perspektif yang berbeda mengenai konstruksi 'ekuitas brand' dan sudut pandang yang berbeda mengenai manajemen brand.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347-356. <https://doi.org/10.1177/002224379703400304>
- Barahona, I., Hernández, dkk. (2018), "Identifying research topics in marketing science along the past decade: a content analysis", *Scientometrics*, Vol. 117 No. 1, hal. 293-312.
- Baumgarth, C., dan Wieker, J. B. (2020). From the classical art to the urban art infusion effect: The effect of street art and graffiti on the consumer evaluation of products. *Creativity and Innovation Management*, 2020, 1-12. <https://doi.org/10.1111/caim.12362>
- Benitez, J., dkk. (2020). How to perform and report an impactful analysis using partial least squares: Guidelines for confirmatory and explanatory IS research. *Information & Management*, 57(2), 103-168. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.05.003>
- Fetscherin, M. dan Heinrich, D. (2015), "Consumer-Brand Relationship Research: A Bibliometric Citation Meta-Analysis", *Journal of Business Research*, Vol. 68 No. 2, hal. 380-390
- Janiszewska, Karolina; dan Andrea Insch. (2012), "The Strategic Importance Of Brand Positioning In The Place Brand Concept: Elements, Structure And Application Capabilities". *Journal of International Studies* 5, no.1
- Keller, K.L. dan Swaminathan, V., (2020), "Strategic Management", 5th. Ed. Pearson International.
- Koporcic, N., dkk. (2018), "Introduction: An Overview of the Current State of B2B Branding Research", *Developing Insights on Branding in the B2B Context*, Emerald Publishing Limited, Leeds, hal. 1-7. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-275-220181001>

- Llanos-Herrera, G.R. dan Merigo, J.M. (2019). "Overview of brand personality research with bibliometric indicators", *Kybernetes*, Vol. 48 No. 3, hal. 546-569.
- Nascimento, J. dan Loureiro, S.M.C. (2024), "Mapping the sustainability branding field: emerging trends and future directions", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 33 No. 2, pp. 234-257. <https://doi.org/10.1108/JPBM-02-2023-4349>
- Nystrom, dkk. (2018), "Summary: Branding in the B2B Context and Future Challenges", *Developing Insights on Branding in the B2B Context*, Emerald Publishing Limited, Leeds, hal. 219-229. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-275-220181013>
- Ramos, M.A. (2024), "The patterns of the past and future agenda in international branding: a literature review", *Review of International Business and Strategy*, Vol. 34 No. 2, hal. 311-339. <https://doi.org/10.1108/RIBS-06-2023-0067>
- Shahid, Z.A., dkk. (2024), "Signaling theory and its relevance in international marketing: a systematic review and future research agenda", *International Marketing Review*, Vol. 41 No. 2, hal. 514-561. <https://doi.org/10.1108/IMR-04-2022-0092>
- Solomon, Michael R., Greg W. Marshall dan Elnora W. Stuart, (2018), "Marketing: Real People Real Choices", International edition, 9th edition, Pearson Education Inc.

## TENTANG PENULIS

**Dr. Prita Prasetya, S.Si., M.M.**

Universitas Prasetiya Mulya, Jakarta



Prita Prasetya adalah faculty member dan manajer di program studi MM New Venture Innovation (NVI) Universitas Prasetiya Mulya, Jakarta. Ia merupakan alumni Doktor Management Bisnis, Sekolah Bisnis, IPB University. Mengawali karier sebagai praktisi di industri coating and chemicals, kini selain menjadi dosen, ia juga menjadi pengusaha di bidang automation dan robotics system integrator. Ketertarikan dan fokus risetnya adalah di bidang B2B marketing, channel management, ing, consumer behavior, strategic marketing dan entrepreneurship.



## SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202471883, 25 Juli 2024

**Pencipta**  
Nama : **Luhgianto, Betanika Nifa Nirbita dkk**  
Alamat : Jl. Pucang Anom VII No. 16, RT 004 RW 018, Desa Batusari, Kecamatan Mranggen, Kabupaten Demak, Jawa Tengah, 59567, Mranggen, Demak, Jawa Tengah, 59567

Kewarganegaraan : Indonesia

**Pemegang Hak Cipta**  
Nama : **Luhgianto, Betanika Nifa Nirbita dkk**  
Alamat : Jl. Pucang Anom VII No. 16, RT 004 RW 018, Desa Batusari, Kecamatan Mranggen, Kabupaten Demak, Jawa Tengah, 59567, Mranggen, Demak, Jawa Tengah, 59567

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Buku**  
Judul Ciptaan : **Isu Terkini Riset Manajemen Bisnis Dan Ekonomi**  
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 18 Juli 2024, di Purbalingga

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000647233

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.  
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL  
u.b.  
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

IGNATIUS M.T. SILALAH  
NIP. 196812301996031001

Disclaimer:  
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.