

Mulawarman Awaloedin, S.Si., M.M. | Dr. Hapsawati Taan, S.T.,M.M
Trie Sis Biantoro, S.Pd., S.I.K., M.H. | Restiyan Effendi, S.ST., M.AP.
Neno Hamriono, S.IP., M.M. | Suharto, S.IP., M.Si
Andi Aris Mattunruang, S.E., M.Sc | Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.
Siswahyudianto, M.M | Dr. Herlina Rasjid, S.E.,M.M
Dr. Ulfi Pristiana, M.Si | Arifin, S.Sos, M.M | Munawir, S.Pd., M.A.P
Drg. Pramita Studiaviany Soemadijo,MM
Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd. | Komang Tri Werthi, S.E., M.M.
Dr. Drs. Abd. Rahman Pakaya, M.Si | A.A. Gde Agung Nanda Perwira, S.E., M.M.
Dra. Ratnaningsih SY, MM | Dra. EC. Dyah Rini Prihastuty, MM | Lala Krismawan, S.Tr.IP



DASAR - DASAR MANAJEMEN



Editor:
Mulawarman Awaloedin, S.Si., M.M.

DASAR – DASAR MANAJEMEN

Mulawarman Awaloeudin, S.Si., M.M.
Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M
Trie Sis Biantoro, S.Pd., S.I.K., M.H.
Restiyan Effendi, S.ST., M.AP.
Neno Hamriono, S.IP., M.M.
Suharto, S.IP., M.Si
Andi Aris Mattunruang, S.E., M.Sc
Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.
Siswahyudianto, M.M
Dr. Herlina Rasjid, S.E., M.M
Dr. Ulfi Pristiana, M.Si
Arifin, S.Sos, M.M
Munawir, S.Pd., M.A.P
Drg. Pramita Studiviany Soemadijo, MM
Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.
Komang Tri Werthi, S.E., M.M.
Dr. Drs. Abd. Rahman Pakaya, M.Si
A.A. Gde Agung Nanda Perwira, S.E., M.M.
Dra. Ratnaningsih SY, MM
Dra. EC. Dyah Rini Prihastuty, MM
Lala Krismawan, S.Tr.IP



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

DASAR - DASAR MANAJEMEN

Penulis:

Mulawarman Awaloedin, S.Si., M.M. | Dr. Hapsawati Taan, S.T.,M.M
Trie Sis Biantoro, S.Pd., S.I.K., M.H. | Restiyan Effendi, S.ST., M.AP.
Neno Hamriono, S.IP., M.M. | Suharto, S.IP., M.Si
Andi Aris Mattunruang, S.E., M.Sc | Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.
Siswahyudianto, M.M | Dr. Herlina Rasjid, S.E.,M.M | Dr. Ulfi Pristiana, M.Si
Arifin, S.Sos, M.M | Munawir, S.Pd., M.A.P | Drg. Pramita Studiviany Soemadijo,MM
Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd. | Komang Tri Werthi, S.E., M.M.
Dr. Drs. Abd. Rahman Pakaya, M.Si | A.A. Gde Agung Nanda Perwira, S.E., M.M.
Dra. Ratnaningsih SY, MM | Dra. EC. Dyah Rini Prihastuty, MM
Lala Krismawan, S.Tr.IP

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Mulawarman Awaloedin, S.Si., M.M.

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

xvi, 529, Uk: 15,5 X 23 cm

ISBN: 978-623-147-553-4

Cetakan Pertama:

Oktober 2024

Hak Cipta 2024, Pada Penulis

Isi Diluar Tanggung Jawab Percetakan

Copyright © 2024 By Tahta Media Group

All Right Reserved

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang Keras Menerjemahkan, Memfotokopi, Atau
Memperbanyak Sebagian Atau Seluruh Isi Buku Ini
Tanpa Izin Tertulis Dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota Ikapi (216/Jte/2021)

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga buku yang berjudul “Dasar – Dasar Manajemen” ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai bahan referensi dasar bagi mahasiswa, praktisi, maupun masyarakat umum yang ingin memahami konsep dan prinsip-prinsip manajemen secara komprehensif.

Dalam dunia yang terus berkembang dan berubah dengan cepat, kemampuan mengelola sumber daya, baik manusia maupun non-manusia, menjadi kunci keberhasilan dalam berbagai bidang. Oleh karena itu, pemahaman yang baik mengenai manajemen menjadi semakin penting, tidak hanya dalam konteks bisnis, tetapi juga dalam berbagai sektor lain seperti pendidikan, kesehatan, pemerintahan, dan organisasi non-profit.

Buku ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang fungsi-fungsi dasar manajemen, seperti perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian. Selain itu, berbagai contoh kasus dan studi lapangan yang disajikan di dalam buku ini akan membantu pembaca mengaitkan teori manajemen dengan situasi praktis di dunia nyata.

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyusunan buku ini, terutama rekan-rekan dosen, mahasiswa, dan para praktisi yang memberikan masukan dan saran berharga. Saya berharap, buku ini dapat menjadi sumber pengetahuan yang bermanfaat dan dapat digunakan sebagai referensi dalam pembelajaran serta praktik manajemen.

Akhir kata, saya menyadari bahwa buku ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan demi perbaikan edisi selanjutnya. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi para pembacanya.

Penulis



REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

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 : EC002024201818, 7 Oktober 2024

Pencipta

Nama : **Mulawarman Awaloedin, S.Si., M.M., Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M dkk**

Alamat : Jln. Nirwana No 2B, RT 001/006, Cilangkap, Cipayung, Jakarta Timur, DKI Jakarta, 13870

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Mulawarman Awaloedin, S.Si., M.M., Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M dkk**

Alamat : Jln. Nirwana No 2B, RT 001/006, Cilangkap, Cipayung, Jakarta Timur, DKI Jakarta, 13870

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Buku**

Judul Ciptaan : **DASAR – DASAR MANAJEMEN**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 7 Oktober 2024, di Surakarta (solo)

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

Nomor pencatatan : 000774250

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.

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Mulawarman Awaloedin, S.Si., M.M.	Jln. Nirwana No 2B, RT 001/006, Cilangkap, Cipayung, Jakarta Timur
2	Dr. Hapsawati Taan, S.T.,M.M	Jl. Alwain A.Djalil Habibie No.213 Kel.Olhuta Utara , Kabila, Bone Bolango
3	Trie Sis Biantoro, S.Pd., S.LK., M.H.	Jl. Kyai Doko 218 RT.012 RW.002 Kelurahan Doko , Ngasem, Kediri
4	Restiyan Effendi, S.ST., M.A.P.	DSN. Bancangan RT.001 RW.013 Desa Blaru , Badas, Kediri
5	Neno Hamriono, S.IP., M.M.	Komplek TNI AD G.46 RT.003 RW.008 Kelurahan Cipayung , Cipayung, Jakarta Timur
6	Suharto, S.IP., M.Si	Kompleks Perumahan Yayasan Gubernur Blok K9 No.28 , Biring Kanaya, Makassar
7	Andi Aris Matunruang, S.E., M.Sc	Kompleks Anggrek, Taman Insani B7, Somba Opa (upu), Gowa
8	Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.	Jl. Sekemerak No. 39 RT 01 RW 16 , Cimeunyan, Bandung
9	Siswahyudianto, M.M	Dusun Jabon RT 002 RW 003 Desa Jabon , Kalidawir, Tulungagung
10	Dr. Herlina Rasjid, S.E.,M.M	Jl. Lokakarya, Perum Taman Indah Blok A4 RT 002 RW 002 Kelurahan Wongkaditi Barat , Kota Utara, Gorontalo
11	Dr. Ulfi Pristiana, M.Si	Waru, Waru, Sidoarjo
12	Arifin, S.Sos, M.M	Purwosari II RT. 016 RW. 004 Desa Tegalsari , Gading Rejo, Pringsewu
13	Munawir, S.Pd., M.A.P	Jl. Veteran Perum Griya Wira RT005/ RW.001 Desa Ganungkidul , Nganjuk, Nganjuk
14	Drg. Pramitu Studiviany Soemadjo,MM	Jl.Bhaskara Barat No.A-6 Surabaya , Kenjeran, Surabaya
15	Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.	Jl. Kebonsari VII/18 RT. 001 RW. 001 Desa Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya Jawa Timur , Jambangan, Surabaya
16	Komsang Tri Werthi, S.E., M.M.	Jl. Nuansa Sandat, Triyana Residence B.16 Kesiman, Kertalangu , Denpasar Timur, Denpasar

17	Dr. Drs. Abd. Rahman Pakaya, M.Si	Kel. Pohe Jln Botuliodu , Hulonthalangi, Gorontalo
18	A.A. Gde Agung Nanda Perwira, S.E., M.M.	Jalan Nangka Gang Nuri Via Nomor 1 , Denpasar Utara, Denpasar
19	Dra. Ratsningsih SY, MM	Perum Kosagra Medaya Selatan 13/O-27 Surabaya , Rungkut, Surabaya
20	Dra. EC. Dyah Rini Prihastuty, MM	Taman Pondok Jati Blok P 20 , Geluran , Taman, Sidoarjo
21	Lala Krismawan, S.Tr.IP	Jl. Lurah Surodarmo I A No. 6 RT. 003 RW.003 Desa Bogo , Nganjuk, Nganjuk

LAMPIRAN PEMEGANG

No	Nama	Alamat
1	Mulawarman Awaloedin, S.Si., M.M.	Jln. Nirwana No 2B, RT 001/006, Cilangkap, Cipayung, Jakarta Timur
2	Dr. Hapsawati Taan, S.T.,M.M	Jl. Alwain A.Djalil Habibie No.213 Kel.Oluhuta Utara , Kabila, Bone Bolango
3	Trie Sis Biantoro, S.Pd., S.I.K., M.H.	Jl. Kyai Doko 218 RT.012 RW.002 Kelurahan Doko , Ngasem, Kediri
4	Restiyan Effendi, S.ST., M.AP.	DSN. Bancangan RT.001 RW.013 Desa Blaru , Badas, Kediri
5	Neno Hamriono, S.IP., M.M.	Komplek TNI AD G.46 RT.003 RW.008 Kelurahan Cipayang . Cipayung, Jakarta Timur
6	Suharto, S.IP., M.Si	Kompleks Perumahan Yayasan Gubernur Blok K9 No.28 , Biring Kanaya, Makassar
7	Andi Aris Mattunruang, S.E., M.Sc	Kompleks Anggrek, Taman Insani B7, Somba Opa (upu), Gowa
8	Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.	Jl. Sekemerak No. 39 RT 01 RW 16 , Cimeunyan, Bandung
9	Siswahyudianto, M.M	Dusun Jabon RT 002 RW 003 Desa Jabon , Kalidawir, Tulungagung
10	Dr. Herlina Rasjid, S.E.,M.M	Jl. Lokakarya, Perum Taman Indah Blok A4 RT 002 RW 002 Kelurahan Wongkaditi Barat , Kota Utara, Gorontalo
11	Dr. Uji Pristiana, M.Si	Waru, Waru, Sidoarjo

12	Arifin, S.Sos, M.M	Purwosari II RT. 016 RW. 004 Desa Tegalsari , Gading Rejo, Pringsewu
13	Munawir, S.Pd., M.A.P	Jl. Veteran Perum Griya Wira RT005/ RW.001 Desa Ganungkidul , Nganjuk, Nganjuk
14	Drg. Pramita Studiawaty Soemadjo,MM	Jl.Bhaskara Barat No.A-6 Surabaya , Kenjeran, Surabaya
15	Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.	Jl. Kebonsari VII/18 RT. 001 RW. 001 Desa Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya Jawa Timur , Jambangan, Surabaya
16	Komang Tri Werthi, S.E., M.M.	Jl. Nuansa Sandat, Triyana Residence B.16 Kesiman, Kertalangu , Denpasar Timur, Denpasar
17	Dr. Drs. Abd. Rahman Pakaya, M.Si	Kel. Pohe Jln Botaliodu , Hulonthalangi, Gorontalo
18	A.A. Gde Agung Nanda Perwira, S.E., M.M.	Jalan Nangka Gang Nuri VIa Nomor 1 , Denpasar Utara, Denpasar
19	Dra. Ratnaningsih SY, MM	Perum Kosagra Medaya Selatan 13/O-27 Surabaya , Rungkut, Surabaya
20	Dra. EC. Dyah Rini Prihastuty, MM	Taman Pondok Jati Blok P 20 , Geluran , Taman, Sidoarjo
21	Lala Krisnawan, S.Tr.IP	Jl. Lurah Surodarmo I A No. 6 RT. 003 RW.003 Desa Bogo , Nganjuk, Nganjuk



DAFTAR ISI

PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	ix
BAB 1 EVOLUSI PEMIKIRAN MANAJEMEN	1
Mulawarman Awaloedin, S.Si., M.M.	1
STMA Trisakti	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Sebuah Filosofi	2
C. Kajian Sistematis	8
D. Manajemen Sebelum Industrialisasi.....	11
Daftar Pustaka	19
Profil Penulis	21
BAB 2 PERAN MANAJEMEN	22
Dr. Hapsawati Taan, S.T.,M.M.	22
Universitas Negeri Gorontalo	22
A. Pendahuluan.....	22
B. Pengertian Manajemen	25
C. Konsep Dasar Dan Proses Manajemen.....	28
D. Peranan Manajerial.....	32
E. Tingkatan Manajer Dan Keterampilan Manajerial	38
Daftar Pustaka	45
Profil Penulis	48
BAB 3 PEMIMPIN DAN MANAJER	49
Trie Sis Biantoro, S.Pd., S.I.K., M.H.	49
Universitas Negeri Surabaya	49
A. Pendahuluan.....	49
B. Definisi Dan Peran Pemimpin Dan Manajer.....	51
C. Relevansi Kepemimpinan Dan Manajemen Di Era Modern.....	52
D. Teori Kepemimpinan Klasik	55
E. Teori Kepemimpinan Kontemporer.....	56
F. Kepemimpinan Transformasional Vs Transaksional	57
G. Perbedaan Antara Pemimpin Dan Manajer	58
H. Keterampilan Yang Diperlukan.....	59

I.	Metode Pengembangan Kepemimpinan	60
J.	Mengelola Tim Dan Organisasi.....	63
K.	Manajemen Konflik.....	63
L.	Etika Dan Tanggung Jawab Sosial	65
M.	Kepemimpinan Di Era Digital	65
N.	Globalisasi Dan Diversitas.....	67
O.	Tantangan Lingkungan Dan Sosial.....	68
P.	Inovasi Dan Perubahan.....	69
Q.	Studi Kasus Kepemimpinan Sukses Dan Manajemen Efektif	70
	Daftar Pustaka	72
	Profil Penulis	77
	BAB 4 GAYA MANAJEMEN	78
	Restiyan Effendi, S.ST., M.AP.....	78
	Universitas Negeri Surabaya	78
A.	Pendahuluan.....	78
B.	Pengertian Gaya Manajemen	79
C.	Macam – Macam Gaya Manajemen.....	81
	Daftar Pustaka	98
	Profil Penulis	100
	BAB 5 KEPEMIMPINAN SITUASIONAL	101
	Neno Hamriono, S.IP., M.M.....	101
	Universitas Negeri Surabaya	101
A.	Pendahuluan.....	101
B.	Pengantar Kepemimpinan Situasional.....	103
C.	Gaya Kepemimpinan Dalam Kepemimpinan Situasional	105
D.	Implementasi Kepemimpinan Situasional	110
E.	Tantangan Dan Kritik Terhadap Kepemimpinan Situasional.....	113
F.	Masa Depan Kepemimpinan Situasional.....	115
	Daftar Pustaka	118
	Profil Penulis	120
	BAB 6 MANAJEMEN DAN KEKUASAAN.....	121
	Suharto, S.IP., M.Si.....	121
	Universitas Patompo	121
A.	Teori Klasik Kekuasaan (French & Raven, 1959).....	122
B.	Teori Kontingensi.....	123
C.	Teori Pertukaran Pemimpin-Anggota (Lmx Theory)	123

D. Teori Kekuasaan Dan Politik Dalam Organisasi	124
E. Teori Kepemimpinan Transformasional	124
F. Teori Agensi	124
G. Teori Path-Goal	125
Daftar Pustaka	136
Profil Penulis	138
BAB 7 MANAJEMEN ILMIAH.....	139
Andi Aris Mattunruang, S.E., M.Sc.....	139
Universitas Patompo	139
A. Prinsip-Prinsip Manajemen Ilmiah.....	139
B. Kontribusi Dan Dampak Manajemen Ilmiah	146
C. Pengaruh Jangka Panjang	146
D. Karakteristik Pendekatan Manajemen Ilmiah	148
E. Konsep Pendekatan Manajemen Ilmiah	149
F. Aplikasi Pendekatan Manajemen Ilmiah	149
G. Kritik Terhadap Pendekatan Manajemen Ilmiah.....	152
Daftar Pustaka	158
Profil Penulis	160
BAB 8 MANAJEMEN STRATEGIK	161
Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.....	161
Universitas Pendidikan Indonesia	161
A. Pendahuluan.....	161
B. Pengertian Manajemen Strategik	162
C. Peranan Manajemen Strategik.....	164
D. Tahapan Dalam Manajemen Strategik.....	167
E. Etika Bisnis Dan Corporate Social Responsibility (Csr)	175
F. Kesimpulan	178
Daftar Pustaka	180
Profil Penulis	183
BAB 9 MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA.....	184
Siswahyudianto, M.M	184
Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.....	184
A. Kompetensi Sumber Daya Manusia	184
B. Analisis Jabatan.....	188
C. Strategi Perencanaan Sumber Daya Manusia	190

D.	Teknik, Cara, Metode Dan Syarat Rekrutmen, Screening, Dan Seleksi.....	192
E.	Pengertian Orientasi Dan Penempatan	193
F.	Pengertian Pelatihan Dan Pengembangan Sdm	195
G.	Penilaian Kinerja.....	199
H.	Pengertian Kompensasi	201
I.	Hubungan Antara Serikat Pekerja Dengan Pihak Manajemen Perusahaan	205
J.	Pengertian Pemberhentian Kerja & Pensiun.....	209
K.	Dampak Globalisasi Terhadap Pengembangan Sdm	211
	Daftar Pustaka	214
	Profil Penulis	217
	BAB 10 MANAJEMEN KEUANGAN	218
	Dr. Herlina Rasjid, S.E.,M.M.....	218
	Universitas Negeri Gorontalo.....	218
A.	Pendahuluan.....	218
B.	Fungsi-Fungsi Manajemen Keuangan	221
C.	Struktur Modal Dan Sumber Pembiayaan	223
D.	Analisis Laporan Keuangan.....	227
E.	Pentingnya Manajemen Keuangan Dalam Bisnis Modern	230
F.	Tren Dan Tantangan Dalam Manajemen Keuangan	234
	Daftar Pustaka	240
	Profil Penulis	241
	BAB 11 MANAJEMEN OPERASI: STRATEGI, DESAIN, DAN IMPLEMENTASI	242
	Dr. Ulfi Pristiana, M.Si.....	242
	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.....	242
A.	Konsep Dasar Manajemen Operasi	242
B.	Strategi Operasi.....	246
C.	Desain Proses Operasi	250
D.	Kesimpulan	271
	Daftar Pustaka	274
	Profil Penulis	275

BAB 12 MANAJEMEN RANTAI PASOKAN (<i>SUPPLY CHAIN MANAGEMENT</i>)	276
Arifin, S.Sos, M.M.	276
Universitas Muhammadiyah Pringsewu	276
A. Pendahuluan.....	276
B. Manajemen Rantai Pasokan (<i>Supply Chain Management</i>).....	277
C. Penutup.....	291
Daftar Pustaka.....	292
Profil Penulis.....	294
BAB 13 MANAJEMEN MUTU	295
Munawir, S.Pd., M.A.P.	295
Universitas Negeri Surabaya	295
A. Pendahuluan.....	295
B. Prinsip-Prinsip Dasar Manajemen Mutu.....	297
C. Sistem Manajemen Mutu (Smm).....	300
D. Alat Dan Teknik Manajemen Mutu.....	302
E. Pengembangan Dan Implementasi Kebijakan Mutu.....	308
F. Pelaksanaan Kebijakan Mutu Dalam Operasi Sehari-Hari.....	312
G. Audit Dan Penilaian Mutu.....	313
H. Manajemen Risiko Dalam Manajemen Mutu.....	316
I. Studi Kasus: Implementasi Manajemen Mutu Di Berbagai Industri.....	318
J. Tantangan Dan Tren Masa Depan Dalam Manajemen Mutu.....	320
K. Kesimpulan Dan Langkah Selanjutnya.....	322
Daftar Pustaka.....	324
Profil Penulis.....	326
BAB 14 MANAJEMEN TEKNOLOGI DAN INOVASI	327
Drg. Pramita Studiviany Soemadijo,MM	327
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	327
A. Definisi Dan Pentingnya Manajemen Teknologi.....	327
B. Definisi Dan Pentingnya Inovasi.....	328
C. Strategi Manajemen Teknologi.....	330
D. Manajemen Inovasi.....	335
E. Implementasi Teknologi Dan Inovasi.....	340
F. Kasus-Kasus Dan Studi Lapangan.....	345
G. Tren Masa Depan Dalam Manajemen Teknologi Dan Inovasi.....	349

Daftar Pustaka	358
Profil Penulis	359
BAB 15 MANAJEMEN PEMASARAN	360
Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.....	360
Universitas Negeri Surabaya	360
A. Pendahuluan.....	360
B. Pengantar Manajemen Pemasaran.....	362
C. Analisis Pasar.....	366
D. Strategi Pemasaran	368
E. Pemasaran Digital Dan Transformasi Teknologi.....	372
F. Pemasaran Di Sosial Media	376
G. <i>E-Commerce</i> Dan Pemasaran Online	380
H. Strategi Konten Dan Pemasaran Influencer	384
Daftar Pustaka	389
Profil Penulis	392
BAB 16 MANAJEMEN DIGITAL	393
Komang Tri Werthi, S.E., M.M.....	393
Universitas Bali Internasional.....	393
A. Pendahuluan.....	393
B. Manajemen.....	394
C. Perkembangan Teknologi Digital.....	398
D. Perkembangan Bisnis Digital.....	400
E. Tantangan Ekonomi Digital	402
F. Manajemen Bisnis Digital	403
G. Implementasi Manajemen Digital	404
H. <i>E Commerce</i> Sebagai Platform Bisnis Digital	404
I. Digital Marketing.....	407
J. Kepercayaan Pelanggan Pada Bisnis Digital	410
Daftar Pustaka	412
Profil Penulis	414
BAB 17 SIKLUS PROYEK	415
Dr. Drs. Abd. Rahman Pakaya, M.Si.....	415
Universitas Negeri Gorontalo.....	415
A. Pendahuluan.....	415
B. Konsep Dan Devinisi Siklus Proyek	416
C. Siklus Proyek	417

D. Tahapan Siklus Proyek	419
Daftar Pustaka	440
Profil Penulis	441
BAB 18 MANAJEMEN KOMUNIKASI.....	442
A.A. Gde Agung Nanda Perwira, S.E., M.M.	442
Universitas Bali Internasional.....	442
A. Pengertian Manajemen Komunikasi.....	442
B. Komponen Utama Dalam Manajemen Komunikasi.....	447
C. Strategi Manajemen Komunikasi	450
D. Komunikasi Internal Dan Eksternal Organisasi	453
E. Teknologi Dan Inovasi Dalam Manajemen Komunikasi.....	455
Daftar Pustaka	458
Profil Penulis	459
BAB 19 MANAJEMEN BERPIKIR.....	460
Dra. Ratnaningsih SY, MM.....	460
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.....	460
A. Pendahuluan.....	460
B. Mengukur Dan Mengevaluasi Efektivitas Manajemen Berpikir...	472
C. Mengembangkan Keterampilan Manajemen Berpikir.....	474
D. Kesimpulan	477
Daftar Pustaka	480
Profil Penulis	481
BAB 20 MANAJEMEN KONFLIK.....	482
Dra. EC. Dyah Rini Prihastuty, MM	482
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.....	482
A. Pendahuluan.....	482
B. Pengertian Konflik	482
C. Teori Dan Model Manajemen Konflik	495
D. Strategi Dan Teknik Manajemen Konflik.....	495
E. Implementasi Manajemen Konflik Dalam Organisasi.....	496
E. Kebijakan Dan Prosedur Manajemen Konflik	498
F. Peran Pemimpin Dalam Manajemen Konflik	501
Daftar Pustaka	504
Profil Penulis	505

BAB 21 MANAJEMEN GLOBAL	506
Lala Krismawan, S.Tr.IP.....	506
Universitas Negeri Surabaya	506
A. Pendahuluan.....	506
B. Definisi Manajemen Global.....	508
C. Strategi Manajemen Global	509
D. Peran Manajemen Global.....	510
E. Ketegangan Dalam Siklus Mobilitas	512
F. Ketidakpastian Lingkungan Dalam Manajemen Global.....	513
G. Langkah Perubahan Terencana.....	514
H. Lingkungan Bisnis Global	515
I. Manajemen Rantai Pasokan Global.....	518
J. Manajemen Risiko Global	519
K. Studi Kasus Perusahaan Multinasional Sukses	520
L. Kegagalan Manajemen Global	523
M. Inovasi Dan Tren Masa Depan Dalam Manajemen Global	524
N. Teknologi Baru Dan Dampaknya Pada Manajemen Global	525
O. Strategi Untuk Masa Depan Yang Berkelanjutan	526
Daftar Pustaka	527
Profil Penulis	529

BAB 1

EVOLUSI PEMIKIRAN

MANAJEMEN

Mulawarman Awaloedin, S.Si., M.M.
STMA Trisakti

A. PENDAHULUAN

Manajemen merupakan sebuah sifat manusia yang naluriah. Seperti anak-anak yang sedang bermain. Mereka akan mengatur diri mereka sendiri untuk mengambil peran yang berbeda, dengan seorang diantara mereka sering mengambil alih sebagai pemeran utama. Sebagai disiplin ilmu bisnis, manajemen muncul ke permukaan sejalan dengan gerakan revolusi industri di Eropa sana. Saat pemilik pabrik perlu memaksimalkan sumber daya manusia, manajemen menjadi sebuah kebutuhan. Namun, meskipun tetap penting bagi bisnis saat ini, peran manajer telah banyak mengalami perubahan. Diperlukan seorang manajer yang terbaik dari orang-orang yang terbaik. Keterlibatan seorang manajer dalam memberdayakan tenaga kerja lebih dari sekedar memberikan instruksi. Akibatnya, manajer memerlukan berbagai keterampilan pribadi (softskill) serta kemampuan teknis yang mumpuni; mereka harus simpatik ketika menilai staf tetapi harus tegas ketika menulis anggaran. Mereka harus mampu memperhatikan nilai-nilai perusahaan seperti halnya mereka memperhatikan keuntungan.

Karena alasan-alasan ini, menjadi seorang manajer membutuhkan kesabaran, kemampuan beradaptasi, dan keterampilan yang menghasilkan pendapatan tinggi untuk perusahaan. Hal ini menuntut kewaspadaan, kemampuan untuk melacak proyek sambil secara bersamaan memantau lingkungan operasi eksternal, di mana perubahan dalam permintaan dan persaingan dapat berarti perbedaan antara keberhasilan atau kegagalan. Ada

berbagai pendekatan yang dapat digunakan manajer untuk merencanakan masa depan, mulai dari manajemen strategis hingga pemikiran desain. Untuk itu, peran mereka sebagai pemantau pasar, memahami perubahan kebutuhan konsumen, dan kesiapan beradaptasi tidak akan mungkin berubah.

Artikel ini mencoba untuk membahas asal usul teori manajemen yang dikenal juga sebagai evolusi pemikiran manajemen (the Evolution of Management Thought - EMT).

B. SEBUAH FILOSOFI

Manajemen adalah sebuah filosofi yang bahkan sudah terbentuk sebelum era revolusi industri di Eropa (Olusoji, J. G., & Ogunkoya, O., 2012). Saat ini, untuk mempertahankan hidup dan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan yang merupakan tujuan paling mendasar, organisasi mulai memberikan perhatian lebih pada sumber daya manusia. Di zaman modern ini, manusia telah menjadi aset berharga yang berada di pusat organisasi dan dipandang sebagai mitra dan sumber daya strategis. Alasan mengapa manusia dipandang sebagai item pengeluaran, kekuatan otot belaka dan roda penggerak mesin dalam organisasi dan kehidupan kerja di masa lalu, dan sebagai aset yang berharga dan strategis saat ini. Beragam faktor yang efektif dalam perubahan ini, merupakan permasalahan utama dalam peradaban manusia. Dalam konteks ini, evolusi sumber daya manusia dari masa lalu hingga saat ini dan faktor-faktor yang mempengaruhi evolusinya merupakan sebuah konsep yang melukiskan potret evolusi dari manajemen personalia ke manajemen sumber daya manusia di era digital (Yilmaz, A., 2023).

Sejak krisis ekonomi tahun 2008, banyak perusahaan dari berbagai lapisan masyarakat mulai mencari kesempatan untuk meningkatkan situasi ekonomi mereka. Hasil dari upaya tersebut menghasilkan penerapan metode manajemen modern, seperti Six Sigma, Teori Kendala, TQM atau Manajemen Ramping (Lean). Karena keampuhannya yang tinggi, lean menjadi sangat disukai (Dekier, L., 2012). Selain itu, dalam 100 tahun terakhir, pada sistem manajemen produksi telah berevolusi dari sekumpulan ide heuristik menjadi sebuah portofolio yang terdiri dari konsep dan prinsip yang telah dikembangkan. “Just-in-time” dan manajemen mutu terpadu mampu mengintegrasikan sebagian besar konsep dan prinsip modern tersebut di lapangan. Studi seminal yang dilakukan dalam produksi, seperti studi Gilbreth

PROFIL PENULIS



Mulawarman Awaloedin, S.Si.,M.M.

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

Email: mulawarman.awaloedin@gmail.com

BAB 2

PERAN MANAJEMEN

Dr. Hapsawati Taan, S.T.,M.M

Universitas Negeri Gorontalo

A. PENDAHULUAN

Dalam era modern, peran manajemen juga semakin diperluas untuk mencakup aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Organisasi tidak hanya dituntut untuk mencapai keuntungan finansial, tetapi juga harus mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan mereka. Ini menjadikan manajemen sebagai elemen yang lebih kompleks dan menantang, namun juga lebih penting daripada sebelumnya. Secara keseluruhan, peran manajemen dalam organisasi tidak dapat diabaikan. Manajemen yang efektif dapat membawa kesuksesan dan keberlanjutan bagi organisasi, sementara manajemen yang buruk dapat menyebabkan kegagalan dan kerugian. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip dan praktik manajemen sangatlah penting bagi siapa saja yang terlibat dalam pengelolaan organisasi (Taan, H.,2016). Manajemen adalah elemen penting dalam setiap organisasi atau perusahaan. Tanpa manajemen yang efektif, organisasi akan menghadapi tantangan pada mencapai tujuan dan sasaran.

Manajemen berperan dalam mengkoordinasikan semua sumber daya organisasi, seperti sumber daya manusia, keuangan, fisik, dan informasi. Melalui manajemen, setiap individu dalam organisasi diarahkan untuk bekerja dengan efisien dan efektif guna mencapai tujuan bersama. Secara umum, fungsi manajemen dibagi menjadi empat aspek utama: Manajemen bertugas mengkoordinasikan segala sumber daya organisasi, termasuk sumber daya manusia, keuangan, fisik, dan informasi (Asari, et al.,2023). Tujuannya adalah memastikan setiap anggota organisasi bekerja dengan efisien dan efektif untuk mencapai tujuan bersama. Pengarahan berperan dalam memotivasi dan

mengarahkan karyawan untuk bekerja sesuai dengan rencana. Pengendalian bertujuan memastikan bahwa aktivitas organisasi sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah ditetapkan.

Fungsi manajemen keempat tersebut saling berkaitan dan harus dijalankan secara terintegrasi untuk memastikan kelancaran operasi organisasi (Pratama, R., 2020; Toman, 2024). Perencanaan yang baik tidak akan efektif tanpa pengorganisasian yang tepat dan pengarahan yang baik. Demikian juga, pengendalian yang efektif diperlukan untuk memantau kinerja dan mengambil tindakan korektif jika ada penyimpangan dari rencana. Pemahaman dan penerapan yang tepat dari fungsi-fungsi manajemen ini akan membantu organisasi mencapai tujuan, meningkatkan efisiensi, dan mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar.

Manajemen adalah suatu proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi dengan efisiensi dan efektivitas. Dalam konteks organisasi modern, peran manajemen menjadi semakin penting mengingat kompleksitas lingkungan bisnis yang terus berkembang. Manajemen tidak hanya berkaitan dengan bagaimana mengatur tugas dan aktivitas sehari-hari, tetapi juga bagaimana memimpin dan mengarahkan sumber daya manusia, mengelola perubahan, serta memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan organisasi. Dengan memahami dan mengaplikasikan prinsip-prinsip manajemen secara efektif, organisasi dapat mencapai kinerja yang optimal dan menghadapi tantangan bisnis dengan lebih baik (Prabowo, et al., 2023). Peran manajemen yang strategis dan operasional, serta kemampuan untuk mengelola perubahan dan inovasi, menjadi faktor penentu dalam keberhasilan jangka panjang organisasi.

Manajemen memiliki peranan yang sangat krusial dalam perusahaan dan organisasi. Berikut adalah beberapa peran utama manajemen: Manajemen bertanggung jawab untuk merencanakan tujuan jangka pendek dan jangka panjang organisasi. Proses ini melibatkan identifikasi tujuan, merancang strategi untuk mencapainya, serta menentukan sumber daya yang diperlukan. Perencanaan yang baik membantu organisasi untuk tetap fokus dan terarah dalam menghadapi tantangan dan peluang. Manajemen juga bertanggung jawab untuk memantau dan mengevaluasi kinerja organisasi dibandingkan dengan standar yang telah ditetapkan. Jika ada penyimpangan, manajemen harus mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa tujuan

PROFIL PENULIS



Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M

Dosen Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Gorontalo

Penulis lahir di Kabere, 1 Pebruari 1976. Penulis menyelesaikan program sarjana Jurusan Teknik Manajemen Industri Fakultas Teknologi Industri di Universitas Muslim Indonesia UMI Makassar Tahun 1999. Program Pascasarjana diselesaikan tahun 2003 di UMI Makassar, bidang ilmu manajemen pemasaran. Gelar Doktor diperoleh di Program Doktor Ilmu Ekonomi konsentrasi ilmu manajemen pemasaran Universitas Hasanuddin Makassar selesai pada tahun 2015, yang dibiayai oleh Beasiswa BPPS dari DIKTI. Saat ini sebagai dosen tetap dengan Pangkat Akademik Lektor Kepala pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. Penulis telah melakukan beberapa penelitian dibidang pemasaran dan manajemen usaha kecil menengah dan menghasilkan beberapa artikel yang dipublikasikan baik pada jurnal nasional terakreditasi maupun pada jurnal internasional bereputasi. Serta aktif dalam melaksanakan pengabdian pada masyarakat sebagai wujud Tridharma Perguruan Tinggi dan telah menulis beberapa buku ber ISBN diantaranya: *Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja* (2017), *Strategi Pemasaran E-Commerce* dan *Keputusan Pembelian Konsumen Implementasi Pada Perusahaan Berbasis Online* (2020), *Bauran Pemasaran dan Inovasi Kreatif Industri Kerajinan Karawo* (2023). Sebagai pembimbing Tugas Akhir Program Magister Mahasiswa Universitas Terbuka (UT) Gorontalo 2023/2024 dan juga sebagai Dosen Pendamping Program (DPP) Magang dan Studi Independen Bersertifikat pada MSIB6 yang dilaksanakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) Tahun 2024. Penulis dapat dihubungi melalui Email: hapsawatitaan@ung.ac.id/hapsataan@yahoo.co.id

BAB 3

PEMIMPIN DAN MANAJER

Trie Sis Biantoro, S.Pd., S.I.K., M.H.

Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis dan organisasi, peran pemimpin dan manajer sangatlah krusial. Meskipun sering kali kedua peran ini dianggap serupa, sebenarnya terdapat perbedaan mendasar antara pemimpin dan manajer yang mempengaruhi cara mereka memimpin tim dan mencapai tujuan organisasi. Pemahaman yang jelas mengenai perbedaan ini sangat penting bagi kesuksesan organisasi. Seorang pemimpin adalah individu yang memiliki visi dan kemampuan untuk menginspirasi serta memotivasi orang lain untuk mengikuti visi tersebut (Susanti et al., n.d.). Pemimpin sering kali menjadi agen perubahan dalam organisasi, membawa inovasi dan strategi baru untuk mencapai tujuan jangka panjang. Mereka cenderung lebih fokus pada "mengapa" dan "bagaimana" sesuatu harus dilakukan, dan memiliki kemampuan untuk melihat gambaran besar dari sebuah proyek atau misi. Pemimpin tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada proses dan perjalanan untuk mencapainya (Feronica Bormasa et al., 2022). Mereka mengedepankan pengembangan pribadi dan profesional anggota tim, mempromosikan budaya kerja yang positif, dan menciptakan lingkungan yang mendorong kreativitas dan kolaborasi (Sri Utami, 2007).

Di sisi lain, seorang manajer adalah individu yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa operasi sehari-hari organisasi berjalan dengan lancar dan efisien. Manajer lebih berfokus pada "apa" dan "kapan" sesuatu harus dilakukan. Mereka berperan dalam perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajer cenderung memiliki pendekatan yang lebih sistematis dan

terstruktur dalam mengelola tugas dan tanggung jawab (Euis Soliha dan Hersugondo, 2008). Mereka memastikan bahwa semua anggota tim memahami peran dan tanggung jawab mereka, serta bekerja sesuai dengan prosedur dan standar yang telah ditetapkan. Perbedaan utama antara pemimpin dan manajer terletak pada pendekatan mereka terhadap perubahan dan inovasi. Pemimpin cenderung lebih adaptif dan fleksibel, selalu mencari cara baru untuk meningkatkan kinerja dan mencapai tujuan yang lebih tinggi. Mereka lebih bersifat visioner dan inspiratif, mampu memotivasi tim untuk bekerja menuju tujuan bersama meskipun menghadapi tantangan dan rintangan (Hairun Nisa Munthe et al., 2023). Sebaliknya, manajer cenderung lebih fokus pada stabilitas dan efisiensi. Mereka memastikan bahwa setiap tugas dilakukan dengan benar dan sesuai dengan rencana, menghindari risiko yang tidak perlu, dan menjaga keteraturan dalam operasi sehari-hari.

Namun, penting untuk dicatat bahwa pemimpin dan manajer bukanlah dua peran yang saling eksklusif. Banyak pemimpin yang juga memiliki kemampuan manajerial, dan banyak manajer yang juga mampu memimpin dengan efektif (Fakhriyah Imtinan, 2021). Kombinasi antara kepemimpinan yang kuat dan manajemen yang efisien adalah kunci untuk mencapai keberhasilan organisasi. Dalam konteks yang ideal, pemimpin dan manajer bekerja bersama-sama, saling melengkapi untuk mencapai tujuan organisasi. Selain itu, perkembangan teknologi dan perubahan dinamika pasar juga menuntut pemimpin dan manajer untuk terus mengembangkan keterampilan mereka. Globalisasi, digitalisasi, dan perubahan preferensi konsumen memerlukan pendekatan yang lebih inovatif dan adaptif (Nahak & Ellitan, 2023). Oleh karena itu, pemimpin dan manajer harus terus belajar dan beradaptasi dengan perkembangan baru, serta mampu mengintegrasikan teknologi dan strategi baru ke dalam operasi organisasi.

Dalam era yang semakin kompleks dan cepat berubah ini, kemampuan untuk memimpin dan mengelola dengan efektif menjadi semakin penting. Organisasi yang mampu mengembangkan pemimpin dan manajer yang kompeten akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan kepemimpinan dan manajemen harus menjadi prioritas bagi setiap organisasi yang ingin mencapai kesuksesan jangka panjang (Harahap, 2023). Dengan demikian, pemahaman yang mendalam mengenai peran pemimpin dan manajer, serta kemampuan untuk mengembangkan keduanya, adalah kunci untuk menciptakan organisasi yang

PROFIL PENULIS



Kompol Trie Sis Biantoro, S.Pd., S.I.K., M.H.

Lahir di Cilacap 26 September 1983. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 Pendidikan Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya (UNESA), yang memberinya dasar yang kuat dalam analisis ekonomi dan pengelolaan keuangan. Penulis juga meraih gelar S1 di Ilmu Kepolisian dari Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian, memperkuat pemahamannya tentang aspek operasional dan strategis dalam kepolisian, menyelesaikan pendidikan ke jenjang S2 Ilmu Hukum Fakultas Hukum di Universitas Dr Soetomo, yang memperluas wawasan dan keahliannya dalam aspek hukum yang relevan dengan tugas kepolisian. Saat ini, penulis sedang menempuh Studi Doktorat Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis di Universitas Negeri Surabaya. Penulis saat ini menjabat sebagai Wakapolres Sumenep Jawa Timur. Latar belakang pendidikan yang beragam dan komprehensif, penulis memiliki perspektif yang unik dan mendalam dalam pengelolaan sumber daya manusia di institusi kepolisian. Pendidikan ekonominya memungkinkan beliau untuk menganalisis dan mengelola aspek keuangan dengan efektif, sementara latar belakang kepolisian dan hukum memberinya pemahaman yang mendalam tentang operasional dan regulasi yang diperlukan dalam tugas sehari-hari. Di dalam kepolisian, penulis berperan penting dalam merancang dan mengimplementasikan strategi manajemen sumber daya manusia yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja, efisiensi, dan profesionalisme anggota kepolisian. Beliau juga berfokus pada pengembangan program-program pelatihan dan pengembangan kompetensi, memastikan bahwa setiap anggota kepolisian memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan tugas mereka dengan baik. Pendekatan holistik yang diadopsi oleh penulis memungkinkan terciptanya lingkungan kerja yang produktif, adil, dan kondusif bagi pengembangan karir setiap personel, serta memajukan institusi kepolisian secara keseluruhan.

Email: triesisbiantoro1@gmail.com

BAB 4

GAYA MANAJEMEN

Restiyan Effendi, S.ST., M.AP.

Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Sebagai seorang manajer, sangat penting untuk memberikan kejelasan dan konteks agar anggota sebuah tim dapat melakukan yang terbaik. Manajer yang efektif bertindak sebagai penghubung titik-titik, penyedia konteks, dan pencipta kejelasan. Namun, setiap manajer menggunakan pendekatan yang unik untuk mencapai tujuan-tujuan ini. Memahami dan menyempurnakan pendekatan ini sangat penting untuk kepemimpinan dan manajemen tim yang efektif. Metode dan strategi spesifik yang digunakan seorang manajer membentuk gaya manajemen mereka yang unik. Gaya ini tercermin dalam berbagai aspek manajemen, mulai dari jenis kegiatan pembangunan tim yang diselenggarakan hingga sifat percakapan selama pertemuan empat mata dengan anggota tim. Teknik-teknik manajemen ini membentuk setiap interaksi dengan tim, yang sering kali memengaruhi dinamika dan produktivitas tim dengan cara yang tidak kentara namun signifikan.

Banyak manajer yang mungkin tidak secara sadar mengenali gaya manajemen yang mereka gunakan, namun mengidentifikasi dan memahaminya bisa sangat bermanfaat. Mengenali gaya manajemen memungkinkan seseorang untuk menyempurnakan dan meningkatkan keterampilan manajemen dirinya. Kesadaran diri ini sangat penting untuk pengembangan diri dan untuk membina lingkungan tim yang produktif dan suportif. Memahami gaya manajemen yang berbeda dapat secara signifikan meningkatkan efektivitas seseorang sebagai pemimpin. Dengan mengidentifikasi gaya manajemen yang digunakan, seorang pemimpin dapat melakukan penyesuaian yang disengaja untuk mendukung dan

memberdayakan tim dengan lebih baik. Pendekatan yang disesuaikan ini memastikan bahwa praktik manajemen selaras dengan kebutuhan dan kekuatan anggota tim.

Kesimpulannya, peran seorang manajer lebih dari sekadar mengawasi; peran ini melibatkan secara aktif membentuk lingkungan kerja melalui kejelasan dan konteks. Gaya unik setiap manajer memainkan peran penting dalam proses ini. Dengan memahami dan secara sengaja mengembangkan gaya manajemen maka dapat menciptakan dinamika tim yang lebih efektif dan suportif, yang pada akhirnya akan menghasilkan kinerja dan kepuasan kerja yang lebih baik bagi anggota tim.

Gaya manajemen paling baik digambarkan sebagai strategi kepemimpinan yang diterapkan oleh para supervisor dalam mengelola tim mereka. Manajemen, pada intinya, merupakan seni berkolaborasi dengan dan melalui orang lain untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Sebagai bidang studi yang luas, manajemen memiliki beragam penelitian, publikasi, dan studi yang menawarkan pandangan unik tentang bagaimana gaya manajemen dapat diterapkan. Masing-masing penelitian ini membawa perspektif dan pendekatan yang berbeda dalam mendefinisikan gaya manajemen.

B. PENGERTIAN GAYA MANAJEMEN

Gaya Manajemen adalah pendekatan atau metode yang digunakan oleh manajer atau pemimpin dalam mengelola dan mengarahkan bawahan mereka untuk mencapai tujuan organisasi. Gaya ini mencakup cara manajer membuat keputusan, berkomunikasi dengan anggota tim, memotivasi karyawan, dan menangani konflik. Setiap gaya manajemen mencerminkan kepribadian, nilai, dan keterampilan pemimpin, serta situasi atau konteks di mana mereka bekerja. Setiap manajer atau pemimpin mungkin memiliki gaya manajemen yang berbeda, tergantung pada kepribadian mereka, nilai-nilai yang dianut, dan situasi atau konteks di mana mereka bekerja. Gaya manajemen yang efektif dapat meningkatkan kinerja tim dan membantu organisasi mencapai tujuan mereka dengan lebih efisien.

Gaya manajemen adalah kombinasi dari perilaku dan metode yang digunakan oleh pemimpin dalam berinteraksi dengan tim mereka. Menurut Northouse (2018), gaya manajemen mencakup pola komunikasi, cara

PROFIL PENULIS



Restiyan Effendi, S.ST., M.AP

Lahir di Kediri 17 Januari 1979. Penulis menempuh pendidikan D3 Teknik Sipil di Universitas Brawijaya, kemudian melanjutkan pendidikan D4 Teknik Sipil di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), dan meraih gelar Magister Administrasi Publik dari Universitas Kediri. Saat ini, penulis sedang menempuh studi doktoral Ilmu Manajemen di Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Negeri Surabaya. Penulis saat ini berprofesi sebagai Kepala Bidang Sekolah Menengah Pertama Dinas Pendidikan Kabupaten Nganjuk. Pilihan studi doktoral tersebut sangat relevan dengan profesinya saat ini, karena memberikan pemahaman mendalam tentang strategi manajemen yang efektif dan inovatif, yang dapat diterapkan dalam konteks pendidikan. Studi doktoralnya ini tidak hanya menambah wawasan teoritisnya tetapi juga memberikan perspektif baru dalam mengelola organisasi dan mengimplementasikan strategi inovatif yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas di lingkungan kerja.

Dalam program doktoral ini, penulis memfokuskan penelitiannya pada tiga lingkup utama antara lain, gaya manajemen, inovasi, dan sumber daya manusia. Fokus ini tidak hanya relevan dengan posisinya sebagai Kepala Bidang Sekolah Menengah Pertama di Dinas Pendidikan Kabupaten Nganjuk, tetapi juga penting dalam konteks pengembangan strategi manajemen yang inovatif dan adaptif dalam menghadapi tantangan di sektor pendidikan daerah tersebut. Penulis telah berdedikasi di bidang pendidikan, khususnya dalam pengembangan dan peningkatan mutu pendidikan di tingkat Sekolah Menengah Pertama Kabupaten Nganjuk. Sebagai seorang pemimpin, penulis berupaya untuk menerapkan gaya manajemen yang efektif dan inovatif, berfokus pada pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas dan penerapan kebijakan pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan zaman.

Email: restiyan.23033@mhs.unesa.ac.id

BAB 5

KEPEMIMPINAN SITUASIONAL

Neno Hamriono, S.IP., M.M.

Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Kepemimpinan situasional adalah salah satu pendekatan kepemimpinan yang menekankan pentingnya fleksibilitas dan adaptabilitas pemimpin dalam menghadapi berbagai situasi dan kebutuhan anggota tim. Gaya kepemimpinan di perusahaan berperan dalam mengarahkan, membimbing, dan menginspirasi karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan memberikan arahan dan dorongan yang dibutuhkan (Aulia dkk., 2017).



Gambar 5.1. Kualitas Pemimpin
Sumber: studyblog.smart-edge.in

Dalam menciptakan motivasi kerja yang efektif, penting untuk diterapkan kepemimpinan situasional yang memungkinkan pemimpin dan anggota tim untuk bekerja sama mencapai tujuan perusahaan secara optimal (Megawati Enggal Diaz Putri & Teguh Purwanto, 2020). Salah satu kunci utama dalam kepemimpinan situasional adalah memahami bahwa motivasi dan produktivitas karyawan dapat sangat dipengaruhi oleh bagaimana mereka dipimpin. Ketika pemimpin mampu menyesuaikan gaya mereka untuk mendukung dan membimbing karyawan berdasarkan kebutuhan individu dan situasional, hal ini dapat meningkatkan rasa percaya diri, keterlibatan, dan komitmen karyawan terhadap pekerjaan mereka. Misalnya, dalam situasi di mana karyawan baru atau kurang berpengalaman membutuhkan lebih banyak bimbingan, pemimpin dapat menggunakan gaya kepemimpinan yang lebih direktif untuk memberikan instruksi yang jelas dan dukungan intensif. Sebaliknya, untuk karyawan yang lebih berpengalaman dan mandiri, pemimpin dapat mengadopsi gaya yang lebih delegatif, memberikan lebih banyak otonomi dan tanggung jawab kepada karyawan tersebut (Dadi Lado dkk., 2020).

Beberapa ahli berpendapat bahwa kesuksesan maupun kegagalan suatu organisasi sangat bergantung pada pemimpinnya. Menurut mereka, pemimpin yang efektif dapat mengarahkan visi, strategi, dan budaya organisasi sehingga mampu mencapai tujuan yang diinginkan. Sebaliknya, pemimpin yang sedikit berkompeten atau pemimpin yang kurang dalam manajerial dapat menyebabkan organisasi mengalami stagnasi bahkan yang lebih fatal dapat mengalami kegagalan. Menurut sebuah studi oleh Thompson & Glasø (2015) pemimpin yang mampu mengadopsi gaya kepemimpinan yang fleksibel dan situasional cenderung lebih efektif dalam mengelola tim yang beragam dan dinamis. Seorang pemimpin yang efektif mampu menginspirasi para pengikutnya agar memiliki tingkat optimisme yang lebih tinggi, meningkatkan rasa percaya diri, serta menguatkan komitmen terhadap tujuan dan misi organisasi (Chichi Rahmayanti, 2018). Mereka menemukan bahwa kemampuan untuk menyesuaikan gaya kepemimpinan dengan kebutuhan spesifik anggota tim dapat meningkatkan kinerja dan kepuasan kerja secara signifikan. Sebuah penelitian oleh McCleskey (2014) menunjukkan bahwa kepemimpinan situasional dapat membantu pemimpin dalam menghadapi tantangan yang beragam, termasuk perubahan teknologi, globalisasi, dan dinamika pasar yang cepat.

PROFIL PENULIS



Neno Hamriono, S.IP., M.M.

Penulis seorang Mayor Jendral TNI (P) purnawirawan TNI AD. Setelah menempuh pendidikan SMA melanjutkan di Akademi Militer Magelang tahun 1986. Selama 35 tahun masa pengabdian, penulis telah melewati berbagai macam pendidikan dan penugasan. Pendidikan Dasar Kecabangan Artileri dilaksanakan di Malang, Jawa Timur dan Royal School of Artillery, di Larkhill, Inggris. Sekolah Lanjutan Perwira dilaksanakan di Australian Royal School Of Artillery, Manly, Australia. Pendidikan Sekolah Staf dan Komando Angkatan Darat di Bandung, Jawa Barat dan Lemhanas dilaksanakan di Australian Defense College, Canberra, Australia. Penugasan di dalam negeri di beberapa Satuan Tempur dan Satuan Teritorial, Badan Intelijen Strategis TNI (BAIS TNI), Markas Besar TNI dan Badan Intelijen Negara (BIN). Penugasan di luar negeri berupa kerjasama militer dengan negara sahabat, Penugasan Sebagai *Military Observer* di bawah Bendera Perserikatan Bangsa-Bangsa di Georgia, *Former Russian Federation* dan Atase Pertahanan Republik Indonesia pada Kedutaan Besar Republik Indonesia di Tokyo, Jepang. Disela-sela kesibukannya sebagai abdi negara, penulis berhasil lulus Pendidikan S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Administrasi Negara di Universitas Terbuka (UT) tahun 1998. Kemudian melanjutkan jenjang S2 di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia di Universitas Mercu Buana (UMB) tahun 2016, dan saat ini sedang mengikuti Program Doktor pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis di Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Setelah Purnatugas melanjutkan pengabdian melalui Partai Persatuan Pembangunan sebagai Ketua Bidang Pertahanan dan Keamanan Dewan Pengurus Pusat Partai Persatuan Pembangunan.

Email: nenno.23030@unesa.ac.id.

BAB 6

MANAJEMEN DAN KEKUASAAN

Suharto, S.IP., M.Si

Universitas Patempo

"Manajemen dan Kekuasaan" mengacu pada hubungan antara praktik manajemen dan distribusi kekuasaan dalam organisasi atau masyarakat. Dalam konteks manajemen, kekuasaan dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mempengaruhi perilaku orang lain atau untuk mengendalikan sumber daya. Beberapa konsep utama terkait ini meliputi:

Sumber Kekuasaan: Kekuasaan dalam manajemen bisa berasal dari berbagai sumber, seperti otoritas formal, kontrol atas sumber daya penting, akses ke informasi, atau keahlian khusus.

Gaya kepemimpinan dalam organisasi sering kali berkaitan erat dengan bagaimana kekuasaan digunakan. Misalnya, kepemimpinan otoriter cenderung menggunakan kekuasaan secara top-down, sementara kepemimpinan partisipatif mendorong distribusi kekuasaan yang lebih merata. Bagaimana kekuasaan didistribusikan dalam organisasi dapat mempengaruhi budaya organisasi, efektivitas tim, dan keputusan strategis. Distribusi kekuasaan yang tidak merata bisa menyebabkan konflik, sementara distribusi yang merata bisa meningkatkan kolaborasi.

Penggunaan kekuasaan harus selalu dipandu oleh prinsip-prinsip etika. Penggunaan kekuasaan yang tidak adil atau tidak bertanggung jawab dapat merusak kepercayaan dan merusak hubungan dalam organisasi. Di banyak organisasi, kekuasaan sering kali terkait dengan politik internal, di mana individu atau kelompok berusaha untuk mempengaruhi keputusan demi kepentingan mereka sendiri. Dalam konteks yang lebih luas, "Manajemen dan Kekuasaan" juga bisa merujuk pada bagaimana struktur kekuasaan dalam

suatu masyarakat atau ekonomi mempengaruhi pengambilan keputusan, distribusi sumber daya, dan dinamika sosial.

Pengorganisasian adalah fungsi kedua dalam manajemen yang esensial. Organisasi yang autentik terdiri dari sekelompok individu yang terstruktur dan sistematis dalam suatu sistem. Pengorganisasian diartikan sebagai proses pembentukan struktur organisasi yang disesuaikan dengan tujuan, sumber daya, dan lingkungan yang ada. Hasil dari proses ini adalah terciptanya struktur organisasi.

Pengorganisasian, sebagai salah satu fungsi manajemen, memiliki peran penting seperti halnya perencanaan. Melalui pengorganisasian, seluruh sumber daya organisasi akan diatur penggunaannya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Setelah struktur organisasi terbentuk, muncul berbagai konsekuensi yang terkait dengan struktur tersebut. Empat faktor penting dalam struktur organisasi meliputi kekuasaan, kewenangan, tanggung jawab, dan delegasi.

Sebagai manajer, sangat penting untuk memahami lebih dalam tentang wewenang dan tanggung jawab. Hal ini karena dalam sebuah organisasi, adaptasi dan penanganan beragam karakter dan perilaku individu merupakan keharusan. Selain itu, jika kekuasaan, kewenangan, dan tanggung jawab tidak sepenuhnya dilaksanakan oleh seseorang, maka dapat dilakukan pelimpahan dalam bentuk delegasi. Oleh karena itu, dalam bab ini akan dibahas berbagai aspek dalam berinteraksi dengan anggota organisasi, serta isu-isu terkait dengan wewenang dan kekuasaan yang dimiliki oleh setiap individu atau pemimpin, yang tentunya berbeda-beda cakupannya.

A. TEORI KLASIK KEKUASAAN (FRENCH & RAVEN, 1959)

John R.P. French dan Bertram Raven mengidentifikasi lima basis utama kekuasaan yang dapat digunakan oleh manajer:

1. Kekuasaan yang berasal dari posisi formal atau otoritas dalam organisasi. Ini adalah kekuasaan yang sah, di mana seorang manajer memiliki hak untuk memberikan perintah.
2. Kemampuan untuk memberikan penghargaan, seperti bonus, kenaikan gaji, atau promosi. Manajer yang dapat memberikan imbalan cenderung memiliki kekuasaan lebih besar atas karyawan.

PROFIL PENULIS



Suharto, S.IP., M.Si.

Dosen Manajemen

Universitas Patempo

Suharto, S.IP., M.Si, lahir di Cakke Kab. Enrekang, Provinsi Sulawesi Selatan pada Bulan Agustus merupakan anak ketujuh dari sembilan bersaudara, ayah bernama H. Parai (Alm) dan Ibu bernama Beda (Alm). Menyelesaikan sekolah mulai jenjang SD - SMA di tempat kelahiran, dan melanjutkan pendidikan S1 dan S2 di Universitas Hasanuddin pada bidang Ilmu Sosial. Berstatus sebagai dosen tetap di Universitas Patempo Makassar. Penulis pernah aktif di organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM), Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM), Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) serta pernah menjadi pengurus lembaga kampus. Penulis selama ini aktif pada beberapa kegiatan penelitian, misalnya tentang PILKADA, Karakter Gerakan (Lembaga Demokrasi dan Otonomi - Le'DO), Integritas dalam Politik (Public Integrity Education Network (PIEN) National kerjasama TIRI), Local Government Support Program (Reserch Triangle Institute (RTI) Internasional). Selain penelitian penulis aktif sebagai konsultan pada beberapa non governmental organization (NGO) sejak tahun 2005 sampai sekarang, antara lain: program Decentralized Basic Education (DBE 1-RTI- USAID), Program Manajemen Berbasis Sekolah (MBS) pada lembaga Center for Studies and Development of Indonesian Human Intellect (CORDIAL - KINERJA USAID, Program Service Standars Capacity Development Program dibawah PT. Pugajinou - Asian Development Bank (ADB). Program Local Governance Service Improvement Program (KINERJA - RTI - USAID). Program KOMPAK LANDASAN PHASE II (Yayasan BaKTI - AUSAID). Program USAID BERSAMA – GBV (Gender Based Violence - WINROCK International - USAID) serta Lembaga Amil Zakat (LAZ Kalla) dan sekarang di Balai Besar Penjaminan Mutu Pendidikan (BBPMP) Sulsel. Program tersebut diatas, penulis ikuti di Provinsi Sulawesi Selatandi, Maluku, Papua dan di Provinsi Papua Barat. Email: Suharto.stiepi@gmail.com

BAB 7

MANAJEMEN ILMIAH

Andi Aris Mattunruang, S.E., M.Sc

Universitas Patempo

Manajemen ilmiah adalah pendekatan sistematis untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas di tempat kerja melalui penerapan metode ilmiah pada manajemen proses dan tugas-tugas organisasi. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Frederick Winslow Taylor pada akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20, yang kemudian dikenal sebagai "Bapak Manajemen Ilmiah."

A. PRINSIP-PRINSIP MANAJEMEN ILMIAH

Taylor mengembangkan empat prinsip utama manajemen ilmiah yang menjadi landasan pendekatan ini:

1. Pengembangan Metode Kerja yang Terbaik

Taylor menekankan pentingnya menganalisis setiap pekerjaan secara ilmiah untuk menemukan metode kerja yang paling efisien. Ini termasuk penggunaan waktu dan gerakan untuk menentukan cara terbaik untuk melakukan tugas.

2. Seleksi dan Pelatihan Karyawan yang Sistematis

Dalam manajemen ilmiah, pemilihan pekerja didasarkan pada kemampuan mereka untuk melakukan tugas tertentu, dan mereka dilatih secara khusus untuk mengikuti metode kerja yang telah ditetapkan.

3. Kerjasama antara Manajemen dan Pekerja

Manajemen harus bekerja sama dengan pekerja untuk memastikan bahwa pekerjaan dilakukan sesuai dengan metode yang telah ditetapkan. Ini mencakup penyediaan insentif bagi pekerja untuk memotivasi mereka mengikuti prosedur yang ditentukan.

4. **Pembagian Tanggung Jawab yang Jelas**

Taylor menekankan pentingnya pembagian tanggung jawab yang jelas antara manajer dan pekerja. Manajer bertanggung jawab untuk merencanakan dan mengorganisir pekerjaan, sedangkan pekerja bertanggung jawab untuk melaksanakan tugas sesuai dengan rencana yang telah ditentukan.

Pendekatan manajemen ilmiah merupakan tonggak awal dalam periodisasi manajemen sebagai suatu disiplin ilmu. Pada tahun 1870, Frederick Winslow Taylor memperkenalkan manajemen sebagai ilmu melalui penerapan prinsip-prinsip ilmiah. Ia menerapkan metode ilmiah dalam manajemen, termasuk pencatatan peristiwa penting, penggunaan logika yang sistematis, pembentukan hipotesis, dan pengujian empiris, sehingga manajemen dapat diterima sebagai disiplin ilmu yang sah.

Aliran ini berawal dari ketidakpuasan Taylor terhadap produktivitas kerja saat ia menjadi seorang insinyur di sebuah pabrik. Pada masa itu, produktivitas dianggap sepenuhnya bergantung pada jumlah tenaga kerja yang tersedia. Semakin banyak tenaga kerja, semakin besar kemungkinan peningkatan produksi barang. Asumsinya adalah bahwa ketersediaan tenaga kerja akan diikuti oleh tersedianya mesin, peralatan, bahan baku, dan sumber daya lainnya, sehingga tenaga kerja menjadi faktor produksi yang menentukan.

Dalam praktiknya, satu pekerja melakukan seluruh proses produksi dari awal hingga akhir secara mandiri. Misalnya, jika seorang pekerja bisa menghasilkan 10 unit peniti dalam sehari, maka perusahaan membutuhkan 10 pekerja untuk menghasilkan 100 unit peniti per hari. Konsep ini terus berlanjut, sehingga jumlah tenaga kerja dianggap sebagai satu-satunya faktor penentu dalam proses produksi.

Taylor kemudian mencoba pendekatan yang berbeda dengan membagi tugas pekerja ke dalam kelompok-kelompok yang memiliki tugas spesifik. Misalnya, satu kelompok bertugas memotong kawat sesuai dengan ukuran yang diperlukan, kelompok lain bertugas meruncingi ujung kawat, dan seterusnya hingga proses penyelesaian dan pengepakan. Dengan metode kerja baru ini, produktivitas meningkat secara signifikan karena spesialisasi pekerjaan mempercepat penyelesaian tugas. Pembagian tugas menjadi langkah-langkah sederhana ini akhirnya meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

PROFIL PENULIS



Andi Aris Mattunruang, S.E., M.Sc.

Dosen Manajemen

Universitas Patempo

Andi Aris Mattunruang, S.E., M.Sc., Lahir di Sinjai, 5 Februari 1994. Jenjang Pendidikan S1 Jurusan Manajemen ditempuh di Universitas Negeri Makassar Angkatan 2012. Pendidikan S2 Magister Sains Manajemen (Konsentrasi Keuangan) di Universitas Gadjah Mada Angkatan 2018. Saat ini bekerja sebagai Dosen di Universitas Patempo, Makassar.

Email: arismattunruang11@gmail.com

BAB 8

MANAJEMEN STRATEGIK

Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.

Universitas Pendidikan Indonesia

A. PENDAHULUAN

Perubahan lingkungan seperti globalisasi, pengawasan publik yang semakin ketat dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, telah menciptakan dampak signifikan bagi negara dan perusahaan. Masyarakat kini memiliki peran aktif dalam mengawasi tindakan pemerintah dan perusahaan, memastikan bahwa kebijakan yang dibuat tidak mengabaikan kepentingan mereka. Dalam konteks ini, penting bagi perusahaan untuk memiliki kompetensi yang selaras dengan tuntutan lingkungan eksternal. Sehingga, pengambilan keputusan yang tepat harus mempertimbangkan kemampuan internal dan kondisi lingkungan sekitar (Anwar, 2020). Untuk memastikan keselarasan antara tujuan, sumber daya yang dimiliki, dan dinamika lingkungan yang terus berubah, perusahaan memerlukan pendekatan yang sistematis dan terarah. Pendekatan ini membantu dalam merancang strategi yang dapat menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi dan memanfaatkan peluang yang muncul. Oleh karena itu, manajemen strategik menjadi kunci dalam memastikan perusahaan dapat beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya di pasar (Santoso et al., 2022).

Manajemen strategik merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran didalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan (Jamaludi et al., 2023). Manajemen strategik tidak hanya berfokus pada keuntungan organisasi, melainkan juga mengutamakan

keberlanjutan organisasi atau perusahaan dalam jangka panjang. Pendekatan manajemen strategik yang berkelanjutan dalam jangka panjang, mendorong organisasi untuk merancang dan mengimplementasikan strategi yang tidak hanya menghasilkan nilai bagi perusahaan, tetapi juga mempertimbangkan dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan (Jaber et al., 2024).

Untuk mencapai tujuan jangka panjang, organisasi harus mengadopsi pendekatan manajemen strategik yang memadukan efisiensi operasional dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pendekatan ini melibatkan evaluasi mendalam terhadap dampak keputusan strategik terhadap keberlanjutan perusahaan dan komunitas sekitarnya. Melalui proses perancangan strategi yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan, organisasi dapat mengelola risiko, memanfaatkan peluang, dan mencapai tujuan yang lebih holistik. Strategi yang berkelanjutan ini memastikan bahwa setiap keputusan diambil dengan mempertimbangkan dampaknya dalam jangka panjang, sehingga organisasi dapat berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan sembari mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

Dalam manajemen strategik, mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan ke dalam strategi organisasi bukan hanya mendukung kesuksesan finansial tetapi juga mencerminkan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang tinggi (Margarida Rodrigues & Mário Franco, 2019). Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan dengan mengelola risiko sosial dan lingkungan secara efektif, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperkuat citra merek. Selain itu, pendekatan ini membantu perusahaan untuk tetap relevan di pasar yang terus berubah dan merespons tuntutan konsumen yang semakin mengutamakan keberlanjutan.

B. PENGERTIAN MANAJEMEN STRATEGIK

Istilah manajemen berasal dari kata *management* (bahasa Inggris), berasal dari kata “*to manage*” yang artinya mengurus atau tata laksana. Manajemen memiliki arti sebuah kerangka usaha yang berisikan kegiatan pembimbingan dan pengarahan bagi sekelompok orang menuju tujuan organisasi. Manajemen merupakan proses kegiatan, yang dalam pelaksanaan diistilahkan *managing* (pengelolaan) dan *manager* (pengelola) istilah bagi orang yang melaksanakan.

PROFIL PENULIS



Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.

Penulis Lahir di Bandung pada tanggal 30 Agustus 1982. Menempuh Pendidikan Sarjana di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Jurusan Pendidikan Ekonomi (Tata Niaga) tahun 2004. Memperoleh dua gelar Magister di Institut Teknologi Bandung (ITB) pada Program Studi Teknik Informatika Bidang Khusus Kepemimpinan Teknologi Informasi dan di UPI pada Program Studi Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran tahun 2011, serta gelar Doktor di UPI pada Program Studi Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran pada tahun 2015. Penulis juga tersertifikasi pada bidang *Digital Marketing* dan *Certified Strategy Business Analyst (CSBA)*.

Email: puspodewi@upi.edu

BAB 9

MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA

Siswahyudianto, M.M

**Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah
Tulungagung**

A. KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA

Secara sederhana manajemen sumber daya manusia adalah “Proses pengelolaan manusia, melalui perencanaan, rekrutmen, seleksi, pelatihan, pengembangan, pemberian kompensasi, karier, keselamatan dan kesehatan serta menjaga hubungan industrial sampai pemutusan hubungan kerja guna mencapai tujuan perusahaan dan peningkatan kesejahteraan *stakeholder*.” Tujuan utamanya adalah memanusiakan manusia dan memberikan kesejahteraan secara profesional dan adil sesuai dengan porsi masing-masing karyawan. Dalam praktiknya fungsi-fungsi manajemen sumber daya manusia, yaitu:

1. Analisis jabatan (*Job analysis*)
2. Perencanaan sumber daya manusia (*Human Resources Planning*)
3. Penarikan pegawai (*Recruitment*)
4. Seleksi (*selection*)
5. Pelatihan dan pengembangan (*Training and Development*)
6. Evaluasi Kinerja (*Performance Evaluation*)
7. Kompensasi (*Compensation*)
8. Jenjang karir (*Career Path*)
9. Keselamatan dan kesehatan (*Safety and Health*)
10. Hubungan industrial (*Industrial Relation*)
11. Pemutusan hubungan kerja (*Separation*)

Kompetensi adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh seorang individu yang memiliki nilai jual dan itu terapkan dari hasil kreativitas serta inovasi yang dihasilkan. Menurut Boulder, kompetensi adalah karakteristik dasar dari seseorang yang memungkinkan mereka mengeluarkan kinerja superior dalam pekerjaannya. (Fahmi, 2016: 52) Menurut Lyle MN. Spenser dan Signe M. Spenser dalam buku *Competence At Work*, kompetensi didefinisikan sebagai, “Ciri-ciri karakteristik seseorang yang bersifat mendasar yang dapat menghasilkan unjuk kerja berdasarkan kriteria atau referensi tertentu yang dapat dianggap efektif atau bahkan superior”. (Tanjung, 2003 : 6)

Dalam dunia kerja semakin tinggi kompetensi seseorang maka semakin tinggi nilai jual orang tersebut, termasuk jika ini dihubungkan dengan nilai finansial, atau dengan kata lain perolehan finansial yang bisa diperoleh akan semakin tinggi. Untuk memperoleh nilai kompetensi tersebut maka ia dituntut untuk melakukan pengembangan diri baik dari segi *education* (pendidikan) maupun pengalaman yang semua ini sering disebut dengan pembelajaran.

Jenis-jenis kompetensi ada 3 yaitu:

1. Kompetensi organisasi
2. Kompetensi pekerjaan atau teknis
3. Kompetensi individual

Karakteristik mendasar kompetensi ada lima, yaitu:

1. Motif
2. Traits
3. Konsep diri
4. Pengetahuan
5. Skill

Analisis kompetensi disusun sebagian besar untuk pengembangan karir, tetapi penentuan tingkat kompetensi dibutuhkan untuk mengetahui efektivitas tingkat kinerja yang diharapkan. Efektivitas kerja seseorang akan terlihat dari kinerja yang dihasilkan. Kompetensi didefinisikan sebagai aspek-aspek pribadi dari seorang pekerja yang memungkinkan untuk mencapai kinerja yang superior. Aspek-aspek pribadi ini mencakup sifat, motif-motif, sistem nilai, sikap, pengetahuan dan keterampilan dimana kompetensi akan mengarahkan tingkah laku, sedang tingkah laku akan menghasilkan kinerja.

Secara umum ada beberapa tujuan umum mengapa seorang karyawan perlu dilakukan penilaian kompetensi. Adapun tujuan tersebut adalah:

PROFIL PENULIS



Siswahyudianto, M.M., kelahiran Tulungagung adalah dosen tetap Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung sejak tahun 2016. Mulai tahun 2018 sampai sekarang diberi amanah sebagai kepala laboratorium. Aktif dalam pendampingan dan pemberdayaan Badan Usaha Milik Desa baik tingkat desa dan kecamatan. Seorang muslim yang gemar badminton dan bersepeda, menyelesaikan pendidikan pascasarjana S2 di Universitas Teknologi Surabaya tahun 2011.

Email: siswahyudianto86@gmail.com

BAB 10

MANAJEMEN KEUANGAN

Dr. Herlina Rasjid, S.E.,M.M

Universitas Negeri Gorontalo

A. PENDAHULUAN

Manajemen keuangan adalah salah satu disiplin ilmu penting dalam dunia bisnis yang fokus pada bagaimana perusahaan mengelola aset keuangan, melakukan perencanaan keuangan, serta mengambil keputusan yang berdampak langsung terhadap profitabilitas dan likuiditas perusahaan. Manajemen keuangan melibatkan proses merencanakan, mengatur, mengendalikan, dan memantau sumber daya keuangan dengan tujuan mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks bisnis, keputusan keuangan yang tepat dapat menjadi penentu utama kesuksesan atau kegagalan suatu perusahaan. Secara umum, manajemen keuangan mencakup berbagai kegiatan yang meliputi perencanaan keuangan, pengelolaan aset dan utang, penganggaran, dan pengendalian biaya. Tugas utama dari manajemen keuangan adalah memastikan bahwa perusahaan memiliki dana yang cukup untuk operasional, mengelola investasi dengan bijak, serta menjaga keseimbangan antara risiko dan pengembalian. Selain itu, manajemen keuangan juga berfokus pada bagaimana perusahaan dapat memaksimalkan nilai pemegang saham melalui pengambilan keputusan yang bijaksana dan berdasarkan analisis yang mendalam. Dalam prakteknya, manajemen keuangan melibatkan sejumlah konsep dan teknik keuangan yang kompleks, seperti analisis rasio keuangan, pengelolaan arus kas, struktur modal, dan pengelolaan risiko. Konsep-konsep ini digunakan oleh manajer keuangan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan, mengidentifikasi peluang investasi, serta merumuskan strategi keuangan jangka panjang yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Tujuan utama dari manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham. Ini biasanya dicapai melalui peningkatan harga saham, yang mencerminkan profitabilitas, pertumbuhan, dan stabilitas perusahaan. Namun, tujuan ini tidak dapat dicapai tanpa mempertimbangkan beberapa faktor penting lainnya yang harus dikelola secara seimbang. Salah satu tujuan utama dalam manajemen keuangan adalah memastikan bahwa perusahaan memiliki likuiditas yang cukup untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Ini melibatkan pengelolaan arus kas secara efektif, sehingga perusahaan dapat membayar utang, membiayai operasi sehari-hari, dan menghindari kesulitan keuangan. Pada saat yang sama, perusahaan juga harus memastikan bahwa dana yang tersedia digunakan secara efisien untuk mencapai tingkat profitabilitas yang optimal. Selain itu, manajemen keuangan juga bertujuan untuk mengoptimalkan struktur modal perusahaan, yaitu keseimbangan antara penggunaan utang dan ekuitas dalam pembiayaan operasi perusahaan. Struktur modal yang optimal akan membantu perusahaan meminimalkan biaya modal, mengurangi risiko kebangkrutan, dan meningkatkan kemampuan untuk berinvestasi dalam proyek-proyek yang menguntungkan. Pengelolaan risiko juga merupakan tujuan penting dalam manajemen keuangan. Perusahaan harus mampu mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola berbagai jenis risiko keuangan, termasuk risiko pasar, risiko kredit, dan risiko operasional. Pengelolaan risiko yang efektif akan membantu perusahaan melindungi asetnya, mengurangi volatilitas kinerja keuangan, dan menciptakan lingkungan bisnis yang lebih stabil. Selain itu, manajemen keuangan juga bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan efisiensi dan efektivitas yang maksimal. Ini melibatkan pengendalian biaya, pengelolaan sumber daya yang optimal, dan penerapan praktik bisnis yang terbaik. Dengan demikian, manajemen keuangan bukan hanya tentang menjaga arus kas yang sehat, tetapi juga tentang memaksimalkan pengembalian investasi bagi pemegang saham dan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Manajemen keuangan memainkan peran strategis dalam setiap aspek operasi bisnis, dari perencanaan jangka panjang hingga pengambilan keputusan harian. Salah satu peran utama manajemen keuangan adalah menyediakan informasi dan analisis keuangan yang akurat kepada manajemen puncak untuk mendukung pengambilan keputusan yang informatif. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan dinamis, kemampuan untuk

PROFIL PENULIS



Dr. Herlina Rasjid, S.E.,M.M.

Penulis merupakan dosen tetap pada Program Studi Manajemen Universitas Negeri Gorontalo sejak tahun 2009. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya Pengantar Pasar Modal, Pengantar Ekonomi, Manajemen Aset, Hukum Perbankan dan lain sebagainya. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu. Email: lina_rasjid@ung.ac.id

BAB 11

MANAJEMEN OPERASI: STRATEGI, DESAIN, DAN IMPLEMENTASI

Dr. Ulfi Pristiana, M.Si

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

A. KONSEP DASAR MANAJEMEN OPERASI

1. Definisi dan Ruang Lingkup: Menguraikan definisi dan ruang lingkup manajemen operasi

Manajemen operasi adalah cabang dari manajemen yang berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian proses bisnis untuk menghasilkan barang atau layanan yang diinginkan dengan efisien dan efektif. Ruang lingkup manajemen operasi meliputi berbagai aspek dalam proses produksi atau pelayanan, termasuk:

- a. **Perencanaan Operasional:** Melibatkan perencanaan strategis dan taktis untuk mengidentifikasi tujuan jangka panjang dan pendek, serta strategi untuk mencapainya.
- b. **Perancangan Produk dan Proses:** Ini mencakup desain produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan serta desain proses produksi yang efisien untuk memproduksi produk tersebut.
- c. **Pemilihan Lokasi dan Tata Letak:** Memilih lokasi yang sesuai untuk operasi bisnis serta merancang tata letak fasilitas agar sesuai dengan kebutuhan produksi.
- d. **Perencanaan Kapasitas dan Perencanaan Persediaan:** Menentukan kapasitas produksi yang diperlukan untuk memenuhi

permintaan pasar serta mengelola persediaan bahan baku dan produk jadi dengan efisien.

- e. **Perencanaan Kualitas:** Memastikan produk atau layanan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan dengan menerapkan metode kontrol kualitas dan manajemen mutu.
- f. **Perencanaan Sumber Daya Manusia:** Mengelola tenaga kerja yang diperlukan untuk operasi bisnis, termasuk perekrutan, pelatihan, dan pengembangan karyawan.
- g. **Perencanaan Sistem Informasi:** Menerapkan sistem informasi yang tepat untuk mendukung operasi bisnis, termasuk sistem pengolahan transaksi, manajemen rantai pasokan, dan analisis data.
- h. **Perencanaan Pengendalian Produksi:** Menerapkan metode dan teknik pengendalian produksi untuk memastikan efisiensi dan konsistensi dalam proses produksi.
- i. **Pengelolaan Rantai Pasokan:** Mencakup pengelolaan aliran bahan, informasi, dan uang dari pemasok hingga pelanggan akhir untuk memenuhi permintaan pasar dengan biaya yang optimal.
- j. **Evaluasi dan Peningkatan Kinerja:** Melakukan evaluasi terhadap kinerja operasi dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam jangka waktu yang berkelanjutan.

Dengan mengelola aspek-aspek tersebut secara efektif, manajemen operasi berperan dalam mencapai tujuan organisasi dengan cara yang paling efisien dan efektif mungkin.

2. Sejarah dan Perkembangan: Evolusi manajemen operasi dari masa lalu hingga sekarang

Evolusi manajemen operasi telah melalui berbagai tahap sepanjang sejarahnya, yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, teori manajemen, dan perubahan dalam lingkungan bisnis. Berikut adalah ringkasan dari evolusi manajemen operasi dari masa lalu hingga sekarang:

- a. **Awal Mula Revolusi Industri:** Pada abad ke-18 dan awal abad ke-19, Revolusi Industri menyebabkan pergeseran dari produksi tangan menjadi produksi mekanis. Fokus awal dari manajemen operasi adalah pada efisiensi produksi dan penggunaan mesin.

PROFIL PENULIS



Nama Ulfi Pristiana. S1 UII Jogyakarta, S2 pasca Sarjana UGM , S3 DIE Untag Surabaya. Pengalaman mengajar MO, Keuangan, Bussines Operation research .

BAB 12

MANAJEMEN RANTAI PASOKAN (*SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*)

Arifin, S.Sos, M.M

Universitas Muhammadiyah Pringsewu

A. PENDAHULUAN

Secara umum, manajemen rantai pasokan/supply chain management (SCM) merupakan serangkaian kegiatan yang meliputi perencanaan, pengelolaan, dan aktivasi produk. Dari setiap kegiatan yang telah dijalankan tentu saja menggunakan strategi biaya yang berbasis efisien. Terkontrol dan mampu meningkatkan keuntungan perusahaan.

Manajemen rantai pasokan mencakup semua aktivitas yaitu sejak material datang dari pihak supplier, kemudian material itu diolah menjadi produk setengah jadi ataupun produk jadi, sampai produk itu didistribusikan ke konsumen. Untuk mengetahui performansi dari rantai pasokan (supply chain) perusahaan, diperlukan suatu pengukuran. Dari pengukuran tersebut akan didapatkan suatu hasil, sehingga baik tidaknya kinerja supply chain dari perusahaan dapat terlihat. Dengan adanya kinerja supply chain yang baik, maka kinerja dari perusahaan akan semakin terarah dan memberikan keuntungan, baik itu untuk pihak perusahaan, supplier, maupun konsumen.

Supply chain management (SCM) menjadi salah satu solusi terbaik untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif dari SCM adalah bagaimana perusahaan mampu mengelola aliran barang atau produk dalam suatu rantai supply. Tujuan utama SCM yaitu penyerahan/pengiriman produk secara tepat waktu, mengurangi waktu dan biaya dalam pemenuhan

kebutuhan, memusatkan kegiatan perencanaan dan distribusi, serta pengelolaan manajemen persediaan yang baik antara pemasok (vendor) dan konsumen (buyer). SCM menyediakan struktur yang memungkinkan proses dan implementasi rencana dapat dijalankan dan menyediakan berbagai sistem untuk melaksanakan proses dan implementasi dari perencanaan. SCM dapat menjadikan aktifitas perusahaan yang lebih terstruktur, terkoordinasi, terjadwal, dan terpadu sehingga keseluruhan proses akan menjadi lebih efektif dan efisien.

Setiap perusahaan sebagai suatu organisasi harus dapat mewujudkan Model Rantai Persediaan yang unik supaya dapat merangkaikan proses dari penyalur maupun pelanggan. Kebutuhan untuk berbagi informasi telah begitu meningkat sehingga Sistem Informasi menjadi suatu keuntungan yang penting.

B. MANAJEMEN RANTAI PASOKAN (*SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*)

1. Definisi Supply Chain Management

Istilah supply chain dan supply chain management sudah menjadi jargon yang umum dijumpai di berbagai media baik majalah manajemen, buletin, koran, buku ataupun dalam diskusi-diskusi. Namun tidak jarang kedua term diatas di persepsikan secara salah. Banyak yang mengkonotasikan supply chain sebagai suatu software. Bahkan ada yang mempersepsikan bahwa supply chain hanya dimiliki oleh perusahaan manufaktur saja. Sebagai disiplin, supply chain management memang merupakan suatu disiplin ilmu yang relative baru. Cooper (1997) bahkan menyebut istilah “supply chain management” baru muncul di awal tahun 90-an dan istilah ini diperkenalkan oleh para konsultan manajemen. Saat ini supply chain management merupakan suatu topic yang hangat, menarik untuk didiskusikan bahkan mengundang daya tarik yang luar biasa baik dari kalangan akademisi maupun praktisi. Supply chain dapat didefinisikan sebagai sekumpulan aktifitas (dalam bentuk entitas/fasilitas) yang terlibat dalam proses transformasi dan distribusi barang mulai dari bahan baku paling awal dari alam sampai produk jadi pada konsumen akhir. Menyimak dari definisi ini, maka suatu supply chain terdiri dari perusahaan yang mengangkut bahan baku dari bumi/alam, perusahaan yang mentransformasikan bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau

PROFIL PENULIS



Arifin, S.Sos, M.M

Penulis merupakan Dosen Kewirausahaan pada Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung sejak tahun 2015. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis juga merupakan praktisi di usaha peternakan ayam ras milik pribadi. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu.

Email: arifin@umpri.ac.id

BAB 13

MANAJEMEN MUTU

Munawir, S.Pd., M.A.P

Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Manajemen (*management*) merupakan suatu bentuk dalam pengelolaan, pembinaan, pengawasan, ketatalaksanaan, kepemimpinan, pemimpin, ketatausahaan dan sebagainya. Manajemen menurut diartikan sebagai suatu proses dalam melakukan pengarahan atau pemberian fasilitas kerja kepada anggota dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang dirancang. Sedangkan manajemen menurut Jannahdiartikan sebagai suatu seni dalam menyelesaikan pekerjaan oranglain, yang artinya bahwa para manajer mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui mengatur orang-orang atau anggota organisasi untuk melakukan tugas-tugasnya.

Mutu (*Quality*) adalah suatu ide yang dinamis, dapat digunakan sebagai suatu konsep yang relatif, pengertian tersebut biasa digunakan dalam TQM (*Total Quality Management*). Mutu atau kualitas memiliki dua aspek penilaian yakni melalui penyesuaian diri dengan spesifikasi atau dengan memenuhi kebutuhan pelanggan. Baharuddin & Burhan menyatakan, bahwa mutu adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang diisyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi dan produk jadi. Sedangkan Yasin mengartikan mutu adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full costumer satisfaction*). Suatu produk dianggap bermutu apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang akan dihasilkan.

Manajemen mutu adalah filosofi dan pendekatan sistematis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan nilai

yang ditambahkan dalam setiap proses organisasi. Konsep dasarnya berpusat pada pemahaman kebutuhan pelanggan, perbaikan berkelanjutan, dan keterlibatan semua anggota organisasi dalam mencapai tujuan mutu yang ditetapkan. Manajemen Mutu menekankan pentingnya pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan, peningkatan efisiensi dan efektivitas proses, pengurangan pemborosan dan kesalahan, peningkatan moral dan motivasi karyawan dan peningkatan daya saing dan profitabilitas organisasi (Lestari, 2024).

Manajemen mutu telah ada dari tahun-tahun sebelumnya, dimana pada masa pra industri manajemen mutu dilakukan oleh pengrajin atau kelompok pengrajin. Kualitas produk sangat bergantung pada keterampilan individu dan metode yang digunakan. Pengrajin memiliki kontrol penuh atas seluruh proses produksi, mulai dari pemilihan bahan hingga penyelesaian akhir produk. Penekanan pada kualitas lebih bersifat internal dan berdasarkan reputasi. Dan pada abad ke 19 atau era revolusi industri manajemen mutu dilakukan dalam peningkatan produktivitas dan efisiensi melalui mekanisasi. Kualitas produk mulai dikendalikan melalui inspeksi akhir, namun masih banyak produk cacat yang dihasilkan.

Manajemen mutu juga dilakukan pada era perang dunia ke II dimana kebutuhan untuk memproduksi senjata dan peralatan militer dengan cepat dan dalam jumlah besar sehingga manajemen mutu penting dilakukan. Pemerintah AS memperkenalkan Program Inspeksi Militer (*Military Inspection Program*) untuk memastikan kualitas produk militer. Konsep *Statistical Quality Control* (SQC) dikembangkan oleh Walter A. Shewhart dan digunakan secara luas. SQC melibatkan penggunaan alat statistik untuk mengontrol kualitas dalam proses produksi. Setelah Perang Dunia II, Jepang mengalami kebangkitan ekonomi yang luar biasa, sebagian besar berkat adopsi prinsip-prinsip manajemen mutu. Tokoh seperti W. Edwards Deming dan Joseph Juran memperkenalkan konsep-konsep manajemen mutu modern di Jepang. Deming, mempromosikan pentingnya perbaikan berkelanjutan dan keterlibatan semua level organisasi dalam upaya peningkatan mutu. Sedangkan, Juran menekankan pentingnya perencanaan kualitas dan perbaikan proses.

Manajemen mutu juga memiliki standar Internasional seperti ISO 9001 dimana standar ini muncul pada tahun 1991 yang menjadi kerangka kerja untuk sistem manajemen mutu yang berguna untuk memastikan bahwa proses

PROFIL PENULIS



Munawir, S.Pd., M.A.P

Lahir di Nganjuk 07 Maret 1980. Penulis menempuh pendidikan S1 jurusan Teknologi Pendidikan Universitas Negeri Surabaya dan pendidikan S2 Administrasi Publik di Universitas Kadiri. Penulis sedang menempuh Studi Doktorat Ilmu Manajemen di Universitas Negeri Surabaya. Penulis saat ini bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil pada Dinas Pendidikan Kabupaten Nganjuk sebagai Kasi Kurikulum dan Kesiswaan SMP. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya dalam bidang Pendidikan, beliau memberikan contoh nyata bahwasanya memimpin dan melaksanakan penyiapan bahan perumusan kebijakan, pelaksanaan, pembinaan dan fasilitasi, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan kegiatan pengembangan kurikulum sekolah. Penulis juga aktif dalam mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja, khususnya di bidang kurikulum pembelajaran seperti fasilitasi implementasi kurikulum merdeka, advokasi transformasi digital untuk pembelajaran, fasilitasi implementasi literasi dan numerasi, fasilitasi pemanfaatan raport pendidikan daerah, advokasi komunitas belajar yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Penulis juga ahli bidang pengembangan kurikulum untuk jenjang Sekolah Menengah Pertama, implementasi dan evaluasi kurikulum berbasis mutu, penyusunan Standar Prosedur Operasional Pendidikan (SPOP) serta pemantauan dan evaluasi kualitas pendidikan, menjadi narasumber pada workshop, pelatihan dan bimbingan teknis untuk sekolah. Latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja yang kuat, dapat terus berperan aktif dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas kurikulum pendidikan pada jenjang Sekolah Menengah Pertama di Kabupaten Nganjuk.

Email: munawir.23032@mhs.unesa.ac.id

BAB 14

MANAJEMEN TEKNOLOGI DAN INOVASI

Drg. Pramita Studiviany Soemadijo,MM
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

A. DEFINISI DAN PENTINGNYA MANAJEMEN TEKNOLOGI

Definisi Teknologi

Teknologi adalah penerapan pengetahuan ilmiah untuk tujuan praktis dalam berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam industri. Teknologi mencakup berbagai elemen yang berkontribusi pada peningkatan efisiensi dan efektivitas operasional. Beberapa komponen utama teknologi adalah:

1. **Perangkat Keras (Hardware):** Komponen fisik dari teknologi seperti mesin, komputer, dan alat lainnya yang digunakan dalam produksi dan operasi.
2. **Perangkat Lunak (Software):** Program dan aplikasi yang berjalan di atas perangkat keras untuk menjalankan berbagai fungsi, mulai dari pengolahan data hingga manajemen informasi.
3. **Proses:** Metodologi dan prosedur yang digunakan untuk menjalankan operasi teknologi, termasuk alur kerja, algoritma, dan protokol.

Peran Teknologi dalam Bisnis

Teknologi memainkan peran krusial dalam dunia bisnis modern dengan berbagai cara, antara lain:

1. **Peningkatan Efisiensi:** Implementasi teknologi seperti otomatisasi dan perangkat lunak manajemen dapat mengurangi waktu dan biaya produksi, meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional.
2. **Keunggulan Kompetitif:** Perusahaan yang berhasil mengadopsi dan memanfaatkan teknologi terbaru sering kali memiliki keunggulan

kompetitif, dengan menawarkan produk dan layanan yang lebih baik atau lebih inovatif dibandingkan pesaing mereka.

3. **Inovasi Produk dan Layanan:** Teknologi memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.
4. **Peningkatan Pengambilan Keputusan:** Teknologi analitik dan big data memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih baik dan lebih cepat berdasarkan data dan informasi yang akurat.

Evolusi Teknologi

Perkembangan teknologi telah mengalami beberapa fase penting sepanjang sejarah, dengan masing-masing fase membawa perubahan signifikan pada cara kita bekerja dan hidup:

1. **Revolusi Industri Pertama (akhir abad ke-18 hingga awal abad ke-19):** Ditandai dengan penggunaan mesin uap dan mekanisasi produksi, yang meningkatkan efisiensi dan output industri.
2. **Revolusi Industri Kedua (akhir abad ke-19 hingga awal abad ke-20):** Diperkenalkan listrik, produksi massal, dan jalur perakitan, yang lebih meningkatkan efisiensi dan skala produksi.
3. **Revolusi Industri Ketiga (pertengahan abad ke-20 hingga awal abad ke-21):** Dikenal sebagai Revolusi Digital, ditandai dengan adopsi komputer, internet, dan teknologi informasi yang merevolusi komunikasi dan pengolahan data.
4. **Revolusi Industri Keempat (saat ini):** Dikenal sebagai Industri 4.0, melibatkan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), blockchain, dan komputasi awan yang mengintegrasikan dunia fisik dan digital.

Pemahaman tentang teknologi, perannya dalam bisnis, dan evolusinya adalah fondasi penting dalam manajemen teknologi dan inovasi. Dengan memahami bagaimana teknologi berkembang dan bagaimana ia dapat dimanfaatkan, organisasi dapat meningkatkan efisiensi, menciptakan keunggulan kompetitif, dan terus berinovasi untuk memenuhi tuntutan pasar yang dinamis.

B. DEFINISI DAN PENTINGNYA INOVASI

Inovasi adalah proses menciptakan ide baru atau mengembangkan ide yang sudah ada untuk menghasilkan produk, layanan, proses, atau model

PROFIL PENULIS



Drg. Pramita Studiviany Soemadijo,MM, S2 UGM Yogyakarta, sampai saat ini sebagai staf pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

BAB 15

MANAJEMEN PEMASARAN

Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.

Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Manajemen pemasaran adalah fungsi krusial dalam suatu organisasi yang melibatkan proses komprehensif, termasuk perencanaan, pengendalian, penetapan harga, distribusi, dan promosi produk atau layanan. Proses ini bertujuan utama untuk menghasilkan nilai yang signifikan bagi pelanggan, yang pada akhirnya mendukung tercapainya tujuan serta pertumbuhan organisasi atau bisnis tersebut (Hedy Syahidah Budiarti, 2023). Fungsi manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan (Raya Sulistyowati, 2021). Dalam konteks bisnis yang sangat kompetitif saat ini, manajemen pemasaran memainkan peran yang semakin penting. Perusahaan perlu memahami secara mendalam keinginan dan kebutuhan pelanggan, mengembangkan layanan dan produk yang relevan, menetapkan harga yang kompetitif, mendistribusikan produk secara efisien, dan mempromosikannya dengan strategi yang efektif. Melalui manajemen pemasaran, perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan profitabilitas secara berkelanjutan.

Philip Kotler mendeskripsikan manajemen pemasaran sebagai suatu proses sosial yang melibatkan individu dan kelompok dalam mencapai kebutuhan dan keinginan mereka. Proses ini dilakukan dengan cara menciptakan, menawarkan, serta secara sukarela menukar produk dan layanan yang bernilai dengan pihak lain (Yana, 2023). Manajemen pemasaran adalah disiplin ilmu yang kompleks dan dinamis. Manajemen pemasaran melibatkan pemahaman atas lingkungan bisnis, perilaku konsumen, serta pengembangan dan penerapan strategi yang efektif. Dalam menghadapi persaingan sengit di

era global, setiap perusahaan harus melakukan analisis mendalam terhadap strategi pemasarannya. Analisis strategi pemasaran melibatkan evaluasi dan pemahaman menyeluruh terhadap berbagai aspek dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan atau produk (Nengsih, 2024).

Manajemen pemasaran juga harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan preferensi konsumen. Konsep inovasi dalam manajemen pemasaran meliputi pengembangan teknologi baru, model bisnis yang baru, produk inovatif, serta strategi pemasaran yang canggih untuk mencapai tujuan bisnis secara lebih efektif. Manajemen pemasaran yang inovatif juga mencakup pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen, tren pasar, kebutuhan pelanggan, serta kemampuan untuk beradaptasi dan merespons dengan cepat terhadap perubahan di era digital (Sudiantini *et al.*, 2023).

Salah satu tantangan utama dalam manajemen pemasaran adalah menyeimbangkan kepuasan pelanggan dengan tujuan finansial perusahaan. Perusahaan harus mampu menawarkan nilai yang unik bagi konsumen, namun tetap mempertahankan profitabilitas jangka panjang. Hal ini menuntut kemampuan analisis yang kuat, kreativitas dalam mengembangkan solusi, serta eksekusi yang efektif. Selain itu, bisnis yang terlibat dalam pemasaran harus menyadari perlunya menyesuaikan strategi pemasaran mereka untuk menghadapi tantangan era digital. Perubahan dalam cara orang mencari, memilih, dan berinteraksi dengan merek dan produk merupakan akibat langsung dari perkembangan teknologi informasi dan internet. Untuk tetap sukses dan kompetitif di era digital, perusahaan harus menyesuaikan teknik pemasarannya (Riofita *et al.*, 2024).

Implementasi manajemen pemasaran yang efektif dapat memberikan berbagai manfaat penting bagi perusahaan, termasuk peningkatan penjualan, perluasan pangsa pasar, penguatan citra merek, dan peningkatan loyalitas pelanggan. Semua ini pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan dan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Seorang pebisnis selalu memiliki prinsip bahwa apa yang dilakukan adalah usaha yang optimal untuk menghasilkan nilai yang maksimal (Raya Sulistyowati, 2021). Untuk mencapai keberhasilan dalam manajemen pemasaran, dibutuhkan pemahaman yang mendalam atas lingkungan eksternal, seperti tren pasar, persaingan, dan preferensi konsumen. Salah satu elemen krusial dalam manajemen pemasaran adalah segmentasi pasar. Perusahaan perlu mengidentifikasi dan memahami

PROFIL PENULIS



Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.

Penulis menempuh Pendidikan S1 Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya (UNESA) lulus pada tahun 2006. Melanjutkan jenjang S2 Pendidikan Ekonomi konsentrasi Pendidikan Manajemen dan Bisnis Pasacasarjana UNESA lulus tahun 2012, dan melanjutkan ke jenjang S3 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang (UM), Program Studi Pendidikan Ekonomi lulus pada tahun 2022. Penulis dosen tetap Program Studi S2 Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNESA. Saat ini penulis juga aktif sebagai motivator dan pendamping/mentor UMKM serta narasumber dalam bidang, pendidikan, entrepreneurship, marketing, salesmanship, dan service excellent. Penulis juga expert sebagai training dan consulting marketing and entrepreneur. Penulis memiliki sertifikat kompetensi asesor diantaranya pelatihan teknis kompetensi skema bidang Merek, Layanan, Penjualan, Certified Microsoft Innovative Educator, Certificate Professional Competency Training Titled 21ST Century Learning Design by Microsoft Partner, serta Certificate Microsoft Office Specialist: Word 2019 Associate tahun 2023. Penulis telah mendapatkan sertifikasi kompetensi dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) bidang Manajemen Sumber Daya Manusia, Metodologi Instruktur, Pendamping Kewirausahaan, dan Pendamping UMKM. Selain sertifikasi, penulis juga sudah menerbitkan buku diantaranya Salesmanship, Pelayanan Prima, Statistik Pendidikan Bisnis, Pendidikan Dan Sumber Daya Manusia: Menggagas Peran Pendidikan Dalam Membentuk Modal Manusia, Pendidikan Kewirausahaan : Membentuk Daya Saing Dan Karakter Bangsa, Membangun Masa Depan Kewirausahaan, Evaluasi Pembelajaran Di Era Society 5.0, Pengantar Teknologi Digital Kewirausahaan 2024, Santripreneuship: Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Ekosistem Kewirausahaan dan E-Commerce. Memiliki 39 HAKI meliputi assesment, e-modul, prototype, video, poster, assesment, e-modul, dan buku serta artikel ilmiah di jurnal nasional dan internasional bereputasi.

Email: rayasulistyowati@unesa.ac.id

BAB 16

MANAJEMEN DIGITAL

Komang Tri Werthi, S.E., M.M.

Universitas Bali Internasional

A. PENDAHULUAN

Di era moderenisasi seperti sekarang ini, kemajuan teknologi telah berkembang sangat pesat sehingga dapat mempermudah masyarakat dalam berraktivitas dengan tidak memperhitungkan jarak dan waktu. Pandemi covid-19 membawa banyak perubahan dalam kehidupan kita. Salah satu contohnya adalah percepatan pnggunaan teknologi dalam aktivitas sehari-hari. Seperti sekarang ini sudah banyak aktivitas yang sudah bisa dilakukan secara daring dengan cara yang lebih praktis. Hal tersebut tentunya dapat mempermudah proses pekerjaan, proses pembelajaran, proses bisnis, administrasi pelayanan public, serta memudahkan dalam proses pencarian informasi. Dalam era industri 4.0 dimana transformasi digital dan globalisasi telah berlangsung perusahaan atau pembisnis “dipaksa” untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi informasi tersebut. Dimana tujuannya adalah agar perusahaan, pembisnis dapat bersaing ditengah isu pasar global. Pada keadaan ini, tentunya sangat dibutuhkan manajemen digital dalam setiap aktivitas di berbagai bidang. Manajemen digital akan membuat perusahaan lebih produktif lebih kreatif untuk sehingga pada akhirnya perusahaan dapat bertahan dipasaran dan dapat tetap menjadi pilihan konsumen. Ini menandakan bahwa saat ini bisnis-bisnis modern yang sedang marak berkembang ataupun perusahaan-perusahaan lama dihadapkan pada tantangan yang semakin kompleks dan persaingan yang semakin ketat. Keberhasilan suatu entitas bisnis terletak pada kualitas produk atau layanan yang ditawarkan, dan juga bagaimana kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkannya secara optimal. Manajemen digital, sebagai salah satu

komponen kunci dari strategi bisnis, telah memainkan peran yang makin signifikan dalam mencapai tujuan organisasi (Feblicia dan Cuandra 2022). Manajemen digital, sebenarnya melibatkan penerapan teknologi informasi dan komunikasi guna mengoptimalkan proses bisnis, memperkuat keterlibatan pelanggan, dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan mengadopsi pendekatan ini, perusahaan dapat memanfaatkan potensi data, mengintegrasikan sistem, dan mengembangkan strategi inovatif. Apabila kinerja proses bisnis telah optimal tentu akan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan yang baik atau bagus akan berpengaruh pada nilai perusahaan, perusahaan dapat memiliki citra yang baik di kalangan masyarakat. Tentu saja, hal ini dapat memberikan keuntungan untuk perusahaan, salah satunya yaitu naiknya profitabilitas perusahaan karena kinerja keuangan perusahaan (Gonawan & Evriani, 2022; Prabowo & Sutanto, 2019; Sahrir & Sunusi, 2022; Silalahi et al., 2022).

B. MANAJEMEN

1. Definisi Manajemen

Manajemen berasal dari bahasa inggris yaitu *management* atau *to manage* yang berarti mengatur, mengurus. Dalam kalimat tertentu atau dalam pengertian khusus manajemen dipakai sebagai kata yang menunjukkan pemimpin dan kepemimpinan, kepengurusan yang merupakan orang-orang yang melakukan kegiatan memimpin, mengelola operasional perusahaan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa manajer merupakan orang yang memimpin, mengelola atau pemimpin suatu perusahaan atau organisasi. Manajemen didefinisikan sebagai sebuah ilmu dan seni. Manajemen sebagai ilmu yang dimaksud adalah bahwa para manajer mempergunakan pendekatan dalam pembuatan kebijakan dan keputusan. Selain itu juga dalam membuat keputusan atau kebijakan manajer juga harus memperhatikan dan menyesuaikan dengan perkembangan teknologi informasi. Sedangkan manajemen di definisikan sebagai seni dalam berbagai aspek seperti bagaimana mengatur pola kepemimpinan, cara berkomunikasi, dan segala sesuatu yang menyangkut unsur manusia. Manajemen memiliki kegiatan mengatur, mengelola, memimpin, mengembangkan serta mengendalikan. Manajemen juga merupakan

PROFIL PENULIS



Komang Tri Werthi, S.E.,M.M.

Penulis merupakan Dosen Manajemen pada program studi Ilmu Administrasi Niaga Universitas Bali Internasional. Penulis menyelesaikan pendidikan formal Sarjana di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Kemudian menyelesaikan Studi Pasca Studi Pasca Sarjana di Universitas Atmajaya Yogyakarta. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis juga merupakan asesor BNSP skema kewirausahaan (pengelolaan usaha mikro). Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional terakreditasi. Penulis juga aktif menjadi pemateri ataupun narasumber workshop/seminar/lokakarya tertentu. Seperti kegiatan terkait marketing management, literasi digital pelatihan kewirausahaan.
Email: komang.triwerthi@gmail.com

BAB 17

SIKLUS PROYEK

Dr. Drs. Abd. Rahman Pakaya, M.Si

Universitas Negeri Gorontalo

A. PENDAHULUAN

Kegiatan proyek merupakan kegiatan yang dilakukan secara sistematis dan bertahap, mulai dari kegiatan awal sampai pada kegiatan akhir. Tahap-tahap kegiatan proyek yang dilakukan mulai dari awal sampai pada kegiatan akhir disebut siklus hidup proyek. Setiap tahap kegiatan proyek saling terkait antara tahap satu dengan tahap lainnya, antara tahap sebelumnya dengan tahap berikutnya. Disamping itu, siklus proyek sangat dipengaruhi oleh lingkungan proyek, terutama stakeholder proyek dan keberadaan organisasi yang akan menaungi suatu kegiatan proyek.

Secara umum setiap tahap kegiatan proyek terkait dengan kegiatan teknis yakni apakah yang akan dikerjakan, produk yang akan dihasilkan tiap tahap, siapakah yang akan terlibat dalam setiap tahap proyek dan bagaimana melakukan pengawasan dan menyetujui kegiatan tiap tahap. Pada bagian selanjutnya akan diulas materi tentang tahapan siklus proyek, stakeholder, pengaruh organisasi, pengaruh lingkungan sosial ekonomi terhadap proyek dan perilaku proyek.

Permasalahan yang sering dihadapi dalam proyek adalah keterlambatan penyelesaian proyek, hal ini terkait dengan perencanaan dan penjadwalan proyek. Proboyo (1999) mengemukakan secara teori bahwa Kunci utama keberhasilan melaksanakan proyek tepat waktu adalah perencanaan dan penjadwal-an proyek yang lengkap dan tepat. Keterlambatan dapat dianggap sebagai akibat tidak dipenuhinya rencana jadwal yang telah dibuat, karena kondisi kenyataan tidak sama/sesuai dengan kondisi saat jadwal tersebut

dibuat. Proses perencanaan dan penjadwalan proyek dengan demikian perlu memahami semua faktor yang melatarbelakangi pembuatan jadwal proyek.

B. KONSEP DAN DEVINISI SIKLUS PROYEK

Apa itu proyek? Proyek adalah serangkaian kegiatan mandiri untuk mencapai tujuan yang ditentukan dalam jangka waktu dan anggaran yang tetap. Pendapat lain menurut Davies Jane and Anna Ling (2020) bahwa Proyek adalah serangkaian kegiatan mandiri untuk mencapai tujuan yang ditentukan dalam jangka waktu dan anggaran yang tetap. Salah satu definisi umum yang paling banyak dikutip adalah yang diberikan oleh Cleland dan King (dalam Erre 2001) bahwa “Proyek adalah upaya kompleks untuk mencapai tujuan tertentu, harus menghormati tenggat waktu dan anggaran, dan biasanya melampaui batas-batas organisasi, bersifat unik dan umumnya hanya terjadi satu kali dalam organisasi”.

Dari pengertian ini maka proyek dibedakan dari operasi organisasi yang sedang berlangsung, terkait dengan inovasi (dalam arti luas), dan memiliki awal dan akhir. Dalam bidang bantuan kerjasama/pembangunan internasional, sebuah “proyek” terdiri dari serangkaian tindakan terprogram yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan, serta pengorganisasian sarana yang diperlukan untuk pelaksanaannya.

Dalam pengertian yang sangat institusional, dapat juga dikatakan bahwa proyek adalah suatu bentuk kontrak antara suatu organisasi dan penerima manfaat dari suatu tindakan yang didasarkan pada bantuan keuangan (kami berjanji untuk melakukan sesuatu, menyediakan sarana tertentu, sehubungan dengan penerima manfaat tertentu, dan kita memerlukan sarana keuangan tertentu untuk melakukan hal ini).

Definisi terakhir ini, yang berorientasi pada logika “donor”, memiliki manfaat, meskipun terdapat keterbatasan dan hambatan dalam menyoroti kewajiban akuntabilitas organisasi terhadap penerima manfaat. Erre des hommes (2001) berpendapat bahwa sebuah proyek dapat dipecah menjadi beberapa fase (atau siklus), yang masing-masing berlangsung selama satu hingga tiga tahun tergantung pada situasi dan jenis intervensi. Setiap fase memiliki tujuan dan strateginya masing-masing.

PROFIL PENULIS



Dr. Drs. Abd. Rahman Pakaya, M.Si Lahir di Gorontalo, 20 Desember 1958. Lulus S1 Jurusan Ekonomi Perusahaan IKIP Manado tahun 1984, lulus S2 di Program Master of Science Program Studi Ekonomi Akuntansi Bidang Kajian Manajemen Koperasi Universitas Pajajaran Bandung tahun 2005, lulus S3 Program Doktor Ilmu-Ilmu Ekonomi Bidang Kajian Manajemen Sumberdaya Manusia Universitas Pajajaran Bandung tahun 2012. Saat ini adalah dosen tetap Program Studi Manajemen Universitas Negeri Gorontalo. Mengampu mata kuliah antara lain Manajemen Strategik, Manajemen Operasi dan Produksi, Metodologi Penelitian Manajemen, Dasar-Dasar Koperasi, Etika Bisnis, Metode Riset Keuangan Daerah, Manajemen Keuangan Daerah, Filsafat Ilmu. Pernah menjadi dosen ASMI dan STIA Bina Taruna Gorontalo tahun 2014. Aktif menulis artikel di berbagai jurnal ilmiah dan menjadi narasumber Pelatihan dan Pendampingan UMKM/IKM tingkat Provinsi Gorontalo. Anggota tim Penyusun Program Kerjasama Utara-Utara meliputi Kabupaten Gorontalo Utara, Kabupaten Buol, Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. Jabatan yang pernah di amanahkan kepada Penulis yakni ; pengelola keuangan Negara sebagai Pemimpin Proyek STKIP Negeri Gorontalo (1994-1998), Pemimpin Proyek P2T IKIP Negeri Gorontalo (1998-2002), Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi 2006, Wakil Dekan 2 Bidang Administrasi Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo (2006-2007), Ketua Program Studi Magister Pendidikan Ekonomi Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo (2014-2019). Diberi kepercayaan sebagai anggota Senat Universitas Negeri Gorontalo (2014 2019). Buku yang telah ditulis adalah “Manajemen Kinerja Koperasi” (2018). Manajemen Bisnis Perusahaan (Suatu tinjauan Strategik SDM) 2021, Pengantar Pasar Modal (Book Chapter) 2022.

BAB 18

MANAJEMEN KOMUNIKASI

A.A. Gde Agung Nanda Perwira, S.E., M.M.

Universitas Bali Internasional

A. PENGERTIAN MANAJEMEN KOMUNIKASI

Manajemen komunikasi adalah proses merencanakan, mengimplementasikan, dan mengontrol komunikasi dalam organisasi untuk mencapai tujuan tertentu dan memfasilitasi pertukaran informasi yang efektif antara individu dan kelompok. Manajemen komunikasi mencakup berbagai aktivitas, mulai dari perencanaan komunikasi strategis hingga evaluasi hasil komunikasi, dengan tujuan utama meningkatkan efisiensi dan efektivitas komunikasi di seluruh tingkatan organisasi. Adapun definisi Manajemen Komunikasi Menurut Para Ahli yaitu (Robbins et al., 2016):

1. James E. Grunig

James E. Grunig, seorang pakar dalam bidang komunikasi organisasi dan hubungan publik, mendefinisikan manajemen komunikasi sebagai:

"Manajemen komunikasi adalah proses strategis yang dirancang untuk mengelola arus informasi antara organisasi dan publiknya. Ini melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dari program komunikasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi dan memperkuat hubungan dengan berbagai stakeholder."

Menurut Grunig, manajemen komunikasi berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan organisasi dengan publiknya, melalui pengelolaan pesan dan saluran komunikasi yang efektif. Grunig menekankan pentingnya pendekatan strategis dalam merancang komunikasi untuk memastikan bahwa informasi disampaikan dengan cara yang mendukung tujuan organisasi.

2. Peter Drucker

Peter Drucker, seorang tokoh terkenal dalam manajemen, mendefinisikan komunikasi dalam konteks manajerial sebagai:

"Komunikasi manajerial adalah proses menyampaikan dan menerima informasi yang relevan untuk mencapai tujuan organisasi. Ini melibatkan pengelolaan saluran komunikasi yang memastikan bahwa informasi penting diterima oleh semua anggota organisasi secara efektif."

Dalam pandangan Drucker, manajemen komunikasi tidak hanya fokus pada penyampaian pesan, tetapi juga pada pengelolaan saluran dan umpan balik untuk memastikan bahwa informasi yang tepat diterima dan dipahami oleh seluruh organisasi.

3. Philip Kotler

Philip Kotler, seorang ahli pemasaran terkemuka, mendefinisikan manajemen komunikasi dalam konteks pemasaran sebagai:

"Manajemen komunikasi adalah proses merancang dan melaksanakan strategi komunikasi yang efektif untuk mempromosikan produk atau layanan, membangun hubungan dengan pelanggan, dan meningkatkan posisi merek di pasar."

Kotler melihat manajemen komunikasi sebagai alat strategis dalam pemasaran yang membantu perusahaan untuk berinteraksi dengan pelanggan, menyampaikan nilai produk, dan membangun citra merek yang positif.

4. Shannon dan Weaver

Claude Shannon dan Warren Weaver, pelopor teori komunikasi, mendefinisikan komunikasi sebagai:

"Proses pengiriman dan penerimaan pesan yang melibatkan pengkodean dan dekoding informasi melalui saluran komunikasi. Manajemen komunikasi mencakup pengaturan dan pengawasan terhadap proses ini untuk memastikan pesan diterima dengan jelas dan akurat."

Menurut Shannon dan Weaver, manajemen komunikasi berfokus pada aspek teknis dari penyampaian pesan, termasuk pengaturan saluran komunikasi dan mitigasi gangguan atau noise yang dapat mempengaruhi kejelasan pesan.

5. Michael Roller

Michael Roller, dalam bukunya tentang komunikasi organisasi, mendefinisikan manajemen komunikasi sebagai:

PROFIL PENULIS



A.A. Gde Agung Nanda Perwira, S.E., M.M.

Penulis merupakan Dosen Manajemen pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Universitas Bali Internasional sejak tahun 2022 Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis juga merupakan praktisi dan pelaku bisnis. Beberapa bisnis yang sudah dijalani yaitu dibidang FnB dan Hospitality. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu.

Email: nandaperwira@unbi.ac.id

BAB 19

MANAJEMEN BERPIKIR

Dra. Ratnaningsih SY, MM

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

A. PENDAHULUAN

Manajemen berpikir adalah pendekatan dalam pengelolaan organisasi yang fokus pada pengembangan dan penerapan pemikiran kritis dan strategis untuk mencapai tujuan organisasi. Berikut beberapa elemen utama dari manajemen berpikir:

1. **Pemikiran Strategis:** Melibatkan analisis mendalam tentang lingkungan bisnis, pengenalan peluang dan ancaman, serta perumusan rencana jangka panjang untuk mencapai keunggulan kompetitif. Analisis mendalam tentang lingkungan bisnis adalah langkah penting untuk memahami faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi organisasi. Ini membantu dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dapat mempengaruhi strategi dan operasi bisnis. Beberapa alat dan kerangka kerja yang digunakan dalam analisis ini termasuk:
 - a. **Analisis PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal):**
 - 1) **Politik:** Faktor-faktor seperti kebijakan pemerintah, regulasi, stabilitas politik, dan peraturan perdagangan yang dapat mempengaruhi bisnis.
 - 2) **Ekonomi:** Kondisi ekonomi seperti inflasi, suku bunga, tingkat pengangguran, dan pertumbuhan ekonomi.
 - 3) **Sosial:** Tren demografis, nilai budaya, gaya hidup, dan perubahan sosial yang mempengaruhi permintaan produk atau jasa.
 - 4) **Teknologi:** Inovasi teknologi, adopsi teknologi baru, dan perubahan dalam teknologi yang dapat menciptakan peluang atau ancaman.

- 5) **Lingkungan:** Isu-isu lingkungan dan keberlanjutan yang mempengaruhi operasi bisnis dan reputasi.
- 6) **Hukum:** Peraturan hukum yang relevan, termasuk hak kekayaan intelektual, regulasi perdagangan, dan hukum ketenagakerjaan.

b. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats):

- 1) **Kekuatan (Strengths):** Faktor internal yang memberikan keuntungan kompetitif, seperti sumber daya yang kuat, kapabilitas unik, atau teknologi canggih.
- 2) **Kelemahan (Weaknesses):** Faktor internal yang menjadi hambatan atau kelemahan dalam mencapai tujuan, seperti kekurangan sumber daya atau kelemahan operasional.
- 3) **Peluang (Opportunities):** Tren atau kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk keuntungan organisasi, seperti pasar baru atau perubahan regulasi yang menguntungkan.
- 4) **Ancaman (Threats):** Faktor eksternal yang bisa membahayakan posisi atau kinerja organisasi, seperti kompetisi yang meningkat atau perubahan regulasi yang merugikan.

c. Analisis Porter's Five Forces:

- 1) **Ancaman dari Pesaing Baru:** Seberapa mudah atau sulit bagi perusahaan baru untuk masuk ke pasar.
- 2) **Kekuatan Tawar-Menawar Pemasok:** Kemampuan pemasok untuk menaikkan harga atau mengurangi kualitas barang/jasa.
- 3) **Kekuatan Tawar-Menawar Pembeli:** Kemampuan pembeli untuk menekan harga atau menuntut kualitas yang lebih tinggi.
- 4) **Ancaman Produk atau Jasa Pengganti:** Kemungkinan pelanggan beralih ke produk/jasa alternatif.
- 5) **Persaingan Antar Perusahaan yang Ada:** Intensitas persaingan di antara perusahaan yang sudah ada di pasar.

d. Pengenalan Peluang dan Ancaman

Setelah melakukan analisis lingkungan, langkah berikutnya adalah mengenali peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi:

- 1) **Peluang:** Misalnya, perubahan regulasi yang mendukung industri, kemajuan teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi, pasar baru yang berkembang, atau perubahan demografis yang menciptakan permintaan baru.

PROFIL PENULIS



Ratnaningsih SY, menempuh pendidikan S2 di Untag Surabaya Tahun 1997, adalah staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

BAB 20

MANAJEMEN KONFLIK

Dra. EC. Dyah Rini Prihastuty, MM

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

A. PENDAHULUAN

Konflik merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindarkan dalam kehidupan manusia. Bahkan sepanjang kehidupannya, manusia senantiasa dihadapkan dan bergelut dengan yang namanya konflik. Dalam suatu Perusahaan atau organisasi, konflik tidak dapat dihindarkan. Konflik selalu datang di tengah-tengah berjalannya suatu perusahaan atau organisasi lainnya. Konflik merupakan kondisi yang terjadi ketika perbedaan pendapat atau cara pandang pada beberapa orang berbeda dalam suatu kelompok atau organisasi.

Manajemen konflik memainkan peran penting dalam menyelesaikan sebuah konflik. Manajemen konflik melibatkan langkah-langkah yang dilakukan untuk mencegah konflik pada waktu yang tepat dan juga membantu menyelesaikannya secara efektif dan efisien. Tidak ada konflik yang bisa dimulai dengan sendirinya. Melalui manajemen konflik, seseorang benar-benar mengetahui kemungkinan peristiwa yang dapat memulai konflik dan mencoba untuk menghindari dan menyelesaikan sebaik mungkin.

B. PENGERTIAN KONFLIK

Konflik adalah ketidaksepakatan atau pertentangan yang terjadi ketika dua atau lebih pihak memiliki tujuan, nilai, atau persepsi yang berbeda. Konflik dapat terjadi dalam berbagai konteks, seperti dalam organisasi, Perusahaan, keluarga, komunitas, dan antar negara.

Jenis-jenis Konflik

1. Konflik Intrapersonal

Pengertian Konflik Intrapersonal

Konflik intrapersonal adalah konflik seseorang dengan dirinya sendiri. Konflik terjadi bila pada waktu yang sama seseorang memiliki dua keinginan yang tidak mungkin dipenuhi sekaligus.

Konflik Pendekatan-Pendekatan (Approach-Approach Conflict)

Terjadi ketika seseorang harus memilih antara dua pilihan yang sama-sama menarik.

Contohnya, memilih antara dua pekerjaan yang sama-sama diinginkan.

Konflik Penghindaran-Penghindaran (Avoidance-Avoidance Conflict)

Terjadi ketika kondisi seseorang mempunyai dua pilihan negatif yang sama-sama tidak menarik, yang melibatkan ketidaksesuaian antara pikiran, perasaan, dan tindakan seseorang. Konflik ini biasanya muncul karena adanya dilema atau ketidakpastian dalam mengambil keputusan, menentukan prioritas, atau menyelesaikan masalah pribadi.

Contohnya, seseorang harus memilih antara menerima pekerjaan di kota yang tidak disenangi atau diberhentikan dari organisasi.

Penyebab Konflik Intrapersonal

- a. **Nilai dan Keyakinan yang Bertentangan:** Ketika seseorang memiliki nilai atau keyakinan yang saling bertentangan, misalnya antara keinginan untuk sukses secara profesional dan kebutuhan untuk menghabiskan waktu bersama keluarga.
- b. **Tujuan yang Tidak Selaras:** Adanya tujuan yang saling bertentangan, seperti keinginan untuk mencapai karier yang cemerlang tetapi juga ingin menjaga kesehatan dengan tidak bekerja terlalu keras.
- c. **Peran Ganda:** Menghadapi berbagai peran yang saling bertentangan, seperti menjadi karyawan yang berdedikasi sekaligus menjadi orang tua yang baik.
- d. **Ekspektasi yang Tidak Realistis:** Menetapkan ekspektasi yang terlalu tinggi terhadap diri sendiri yang dapat menyebabkan tekanan dan ketidakpuasan.
- e. **Keraguan Diri:** Ketidakpastian tentang kemampuan atau keputusan yang diambil, yang dapat menyebabkan perasaan cemas atau ragu.

PROFIL PENULIS



DRA.EC. DYAH RINI PRIHASTUTY, MM

Penulis dengan latar belakang Pendidikan :

S1 Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Negeri Jember

S2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis prodi Magister Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis tercatat sebagai Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis tercatat sebagai

anggota Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI).

BAB 21

MANAJEMEN GLOBAL

Lala Krismawan, S.Tr.IP

Universitas Negeri Surabaya

A. PENDAHULUAN

Pada era yang berkembang pesat dan terus berubah, cara kita hidup dan berbisnis mengalami transformasi besar. Hal ini terutama terlihat dalam dinamika pasar global, di mana teknologi, ekonomi, dan budaya semakin mempengaruhi cara bisnis beroperasi dan bersaing. Perubahan ini menciptakan paradigma baru yang menuntut individu dan organisasi untuk beradaptasi agar tetap relevan dan berkembang di tengah persaingan global yang semakin ketat. Salah satu aspek penting dari perubahan ini adalah evolusi pemikiran dalam manajemen strategis, yang menjadi landasan bagi keberhasilan jangka panjang suatu organisasi. Pemikiran ekonomi tradisional telah digantikan oleh paradigma baru yang mengakui peran penting teknologi, inovasi, dan fleksibilitas dalam menghadapi perubahan pasar yang cepat. Dalam konteks ini, manajemen strategis menjadi semakin penting karena perusahaan harus mampu merumuskan dan melaksanakan strategi adaptif untuk menghadapi tantangan yang terus berubah.

Manajemen global tidak hanya mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan pengendalian pergerakan manusia, tetapi juga berperan penting dalam menghadapi dinamika kompleks globalisasi dan interkoneksi lintas-batas. Fenomena mobilitas ini menjadi semakin penting karena melibatkan sektor-sektor utama seperti bisnis, pendidikan, pariwisata, dan sektor lainnya, serta meliputi beberapa aspek kunci yang membutuhkan pemahaman yang mendalam. Dalam konteks bisnis, Manajemen global mencakup strategi pengelolaan perjalanan lintas-negara bagi eksekutif, karyawan, dan tim proyek global. Ini tidak hanya terbatas pada perencanaan

logistik perjalanan, tetapi juga mencakup kepatuhan terhadap berbagai aspek hukum dan pajak lintas-batas, manajemen risiko keamanan, serta integrasi tim multikultural untuk memastikan efisiensi operasional dan produktivitas bisnis yang optimal (Ekonomi et al., 2023).

Di sisi lain, dalam bidang pendidikan, Manajemen global memerlukan perencanaan yang matang untuk program pertukaran siswa, mahasiswa, dan staf akademis antar-institusi pendidikan di berbagai negara. Ini melibatkan pengelolaan visa dan izin tinggal, pengaturan akomodasi yang nyaman dan aman, dukungan kebudayaan untuk integrasi sosial, serta pemantauan terhadap kemajuan akademis dan pengalaman belajar yang memberikan nilai tambah bagi peserta program. Sementara itu, industri pariwisata membutuhkan Manajemen global yang efektif dalam mengatur operasional agen perjalanan, reservasi transportasi dan akomodasi, penyediaan layanan panduan wisata yang informatif dan menarik, serta pengaturan kegiatan pariwisata yang memperhatikan standar keamanan dan kenyamanan bagi para wisatawan internasional. Tidak hanya itu, Manajemen global juga melibatkan pemahaman mendalam tentang regulasi internasional terkait dengan imigrasi, keamanan perjalanan, kepatuhan pajak, dan hak asasi manusia (Firdaus, 2024). Para manajer mobilitas internasional juga dituntut untuk mempertimbangkan aspek etika dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam memfasilitasi mobilitas manusia lintas-batas secara berkelanjutan dan bermakna.

Dalam era yang lebih luas, Manajemen global tidak hanya terkait dengan isu-isu global seperti perubahan iklim, pembangunan berkelanjutan, dan integrasi ekonomi regional, tetapi juga menuntut penerapan teknologi informasi dan komunikasi yang canggih. Hal ini termasuk penggunaan sistem reservasi online yang efisien, analisis data perjalanan yang akurat, dan integrasi platform digital untuk mempercepat proses Manajemen global secara keseluruhan. Dengan pemahaman yang komprehensif terhadap latar belakang dan kompleksitas Manajemen global ini, para pemangku kepentingan dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk memanfaatkan peluang global yang ada dan mengatasi tantangan yang semakin kompleks dalam era interkoneksi lintas-batas yang terus berkembang..

PROFIL PENULIS



Lala Krismawan, S.Tr.IP

Penulis menyelesaikan pendidikan D4 Manajemen Sumber Daya Aparatur di Fakultas Manajemen Pemerintahan, Institut Pemerintahan Dalam Negeri, pada tahun 2021. Setelah itu, beliau melanjutkan studi ke jenjang S2 dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya, yang masih ditempuh hingga saat ini. Penulis adalah seorang Pegawai Negeri Sipil yang bekerja di Pemerintah Daerah Kabupaten Nganjuk, Provinsi Jawa Timur. Sejak tahun 2021, penulis telah menjabat sebagai Adc. Bupati Nganjuk. Mulai 1 April 2024, beliau juga akan merangkap tugas sebagai Koordinator Subbagian Rumah Tangga di Bagian Umum Sekretariat Daerah Kabupaten Nganjuk. Selain pengalaman jabatan, penulis juga memiliki sertifikasi kompetensi dalam bidang Human Resources yang diperoleh dari Lembaga Sertifikasi Profesi Institut Pemerintahan Dalam Negeri pada tahun 2021. Penulis menunjukkan dedikasi yang tinggi dalam mengelola sumber daya aparatur dan rumah tangga pemerintahan. Dengan pengalaman dan pengetahuan yang luas, beliau berkontribusi secara signifikan dalam mendukung kinerja pemerintahan daerah. Keahlian dalam manajemen sumber daya manusia dan administrasi umum menjadi modal penting dalam menjalankan tugas-tugasnya dengan profesionalisme. Selain itu, penulis terus mengembangkan diri dengan mengikuti berbagai pelatihan dan workshop terkait bidang manajemen dan sumber daya manusia. Hal ini menunjukkan komitmen penulis untuk selalu meningkatkan kompetensi dan kontribusinya dalam pemerintahan. Dengan latar belakang pendidikan yang kuat dan pengalaman kerja yang kaya, penulis diharapkan dapat terus berperan aktif dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan publik di Kabupaten Nganjuk.

Email: lala.23106@mhs.unesa.ac.id

Dalam dunia yang terus berkembang dan berubah dengan cepat, kemampuan mengelola sumber daya, baik manusia maupun non-manusia, menjadi kunci keberhasilan dalam berbagai bidang. Oleh karena itu, pemahaman yang baik mengenai manajemen menjadi semakin penting, tidak hanya dalam konteks bisnis, tetapi juga dalam berbagai sektor lain seperti pendidikan, kesehatan, pemerintahan, dan organisasi non-profit.

Buku ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang fungsi-fungsi dasar manajemen, seperti perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian. Selain itu, berbagai contoh kasus dan studi lapangan yang disajikan di dalam buku ini akan membantu pembaca mengaitkan teori manajemen dengan situasi praktis di dunia nyata



CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedia group
Telp/WA : +62 896-5427-3996

