TRANSFORMASI BISNIS DI ERA DISRUPSI GLOBAL

SUSTAINABILITY, ESG, DAN KEPEMIMPINAN MASA DEPAN



Aestika Anggika, Alimin, Bayu Pratama, Bimayu Rati, Dimas Bagus Mahasinul Akbar, Dimas Indira Anggoro, Dina Arizna Octavia, Dini Indriyani, Ega Buthana Zulkifli, Ella Karunia Dwinanti, Fadhil Azzihady Tafwimul Afnillah, Flugor Tetuko, Ihsan Rizki Mansis, Ivan Bachtiar Pandapotan Nababan, Jihan Widyawati Sifa, Kristina Yatini Aldila, Lily Anggraini, Lucky Muhammad Fuad Zen, Muhamad Fajri Fathreza, Muhammad Rizky, Muthia Azizah, Princessila Enjelin Girsang, Rahmadi Arif, Rizky Syachlan Pratama, Santy Devipel Nainggolan, Stefhanie Gabriella Atthalia Simatupang, Suhardian, Tita Rhadiatan Mardiah, Zarnelis

TRANSFORMASI BISNIS DI ERA DISRUPSI GLOBAL

SUSTAINABILITY, ESG, DAN KEPEMIMPINAN MASA DEPAN

Aestika Anggika, Alimin, Bayu Pratama, Bimayu Rati, Dimas Bagus Mahasinul Akbar, Dimas Indira Anggoro, Dina Arizna Octavia, Dini Indriyani, Ega Buthana Zulkifli, Ella Karunia Dwinanti, Fadhil Azzihady Tafwimul Afnillah, Flugor Tetuko, Ihsan Rizki Mansis, Ivan Bachtiar Pandapotan Nababan, Jihan Widyawati Sifa, Kristina Yatini Aldila, Lily Anggraini, Lucky Muhammad Fuad Zen, Muhamad Fajri Fathreza, Muhammad Rizky, Muthia Azizah, Princessila Enjelin Girsang, Rahmadi Arif, Rizky Syachlan Pratama, Santy Devipel Nainggolan, Stefhanie Gabriella Atthalia Simatupang, Suhardian, Tita Rhadiatan Mardiah, Zarnelis

Penerbit widina

TRANSFORMASI BISNIS DI ERA DISRUPSI GLOBAL: SUSTAINABILITY, ESG, DAN KEPEMIMPINAN MASA DEPAN

Tim Penulis:
Aestika Anggika, Alimin, Bayu Pratama, Bimayu Rati, Dimas Bagus Mahasinul Akbar, Dimas Indira Anggoro, Dina Arizna Octavia, Dini Indriyani, Ega Buthana Zulkifli, Ella Karunia Dwinanti, Fadhil Azzihady Tafwimul Afnillah, Flugor Tetuko, Ihsan Rizki Mansis, Ivan Bachtiar Pandapotan Nababan, Jihan Widyawati Sifa, Kristina Yatini Aldila, Lily Anggraini, Lucky Muhammad Fuad Zen, Muhamad Fajri Fathreza, Muhammad Rizky, Muthia Azizah, Princessila Enjelin Girsang, Rahmadi Arif, Rizky Syachlan Pratama, Santy Devipel Nainggolan, Stefhanie Gabriella Atthalia Simatupang, Suhardian, Tita Rhadiatan Mardiah, Zarnelis

Desain Cover:
Helmaria Ulfa

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Proofreader:
Aas Masruroh

QRCBN:
62-1256-2188-015

Cetakan Pertama:
Juli, 2026

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

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

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

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025
Website: www.penerbitwidina.com
Instagram: @penerbitwidina
Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku yang berjudul "Transformasi Bisnis Di Era Disrupsi Global: Sustainability, Esg, Dan Kepemimpinan Masa Depan" ini dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan buku ini bertujuan untuk merekam wawasan strategis yang diperoleh dari para praktisi dan akademisi terkemuka. Buku ini mengintegrasikan empat topik fundamental yang saling melengkapi dalam membentuk kapabilitas pemimpin masa depan:

1. *Sustainability Management & Future Growth*: Membahas urgensi manajemen keberlanjutan dalam menghadapi *Disruptive Change*. Bagian ini menyoroti bagaimana integrasi prinsip *Environmental, Social, and Governance* (ESG) dan adaptabilitas organisasi menjadi kunci untuk mencapai pertumbuhan jangka panjang.
2. *Key Stages of The Entrepreneurial Journey*: Menguraikan tahapan krusial dalam perjalanan kewirausahaan, mulai dari validasi ide hingga strategi diversifikasi. Materi ini menekankan bahwa pola pikir (*mindset*) yang tangguh dan keberanian mengambil risiko terukur (*calculated risk*) adalah aset terbesar seorang wirausahawan.
3. *Business Psychology for MBA Leaders*: Mengeksplorasi dimensi manusia dalam organisasi, mulai dari memahami perilaku konsumen hingga dinamika budaya organisasi. Bagian ini menggarisbawahi pentingnya menyeimbangkan kecerdasan buatan (*AI*) dengan wawasan manusia (*human insight*) dalam kepemimpinan modern.
4. SALIHIN *Capabilities Statement*: Menghadirkan studi kasus nyata dari SALIHIN International mengenai transformasi layanan profesional. Topik ini membedah bagaimana pendekatan multidisiplin yang didukung teknologi dan inovasi (*Think Differently*) mampu memberikan solusi bisnis yang berkelanjutan bagi klien global.

Kami menyadari bahwa keberhasilan penyusunan buku ini tidak terlepas dari bimbingan Dosen Pembimbing, serta ilmu yang dibagikan oleh para narasumber: Dr. Tahir Iqbal, Dr. Nazrul Azizi, dan tim manajemen SALIHIN International. Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi akademisi, praktisi, dan rekan mahasiswa dalam memperkaya khazanah keilmuan manajemen strategis. Kami menyadari masih terdapat ruang untuk penyempurnaan dalam karya ini. Oleh karena

itu, kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan guna peningkatan kualitas karya di masa mendatang.

Akhir kata, semoga buku ini memberikan manfaat dan inspirasi bagi para pembaca.

Jakarta, Juli 2026

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI v
BAB 1 KONSEP PERUBAHAN DISRUPTIF (*DISRUPTIVE CHANGE*) 1
A. Pengertian Perubahan Disruptif 1
B. Ciri-Ciri Disruptif 2
C. Contoh Perubahan Disruptif 3
D. Penyebab Terjadinya Perubahan Disruptif 4
E. Dampak Perubahan Disruptif 5
F. Perbedaan Perubahan Disruptif dan Perubahan Bertahap 5
G. Cara Menghadapi Perubahan Disruptif 6
BAB 2 MANAJEMEN KEBERLANJUTAN (*SUSTAINABILITY MANAGEMENT*) 9
A. Konsep dan Definisi Manajemen Keberlanjutan 10
B. Tujuan dan Dimensi Utama Manajemen Perubahan 11
C. Manajemen Perubahan dan ESG Framework 11
D. Manajemen Keberlanjutan dan Pertumbuhan Korporasi 12
E. Tantangan Dalam Menerapkan Manajemen Keberlanjutan 12
BAB 3 PEMAHAMAN TERHADAP MANAJEMEN PERUBAHAN DAN LINGKUNGAN, SOSIAL DAN TATA KELOLA (ESG) 15
A. Manajemen Perubahan Sebagai Kunci Keberlanjutan Perusahan Jangka Panjang 15
B. *Oldest Companies* (*Based o*n Wikipedia): Bukti Keberhasilan *Change Management* 16
C. Change Management dan Kesuksesan Bisnis Modern 17
D. Apa Itu ESG? 18
BAB 4 TANTANGAN DALAM DUNIA BISNIS 21
A. Transformasi Digital Sebagai Tantangan Fundamental Bisnis 22
B. Ketidakpastian Ekonomi Global Sebagai Tantangan Lingkungan Eksternal 23
C. Persaingan Bisnis dan Disrupsi Model Usaha 23
D. Tantangan Pengelolaan Sumber Daya Manusia dan Kepemimpinan 24
E. Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial Sebagai Tantangan Strategis 24
F. Ketahanan Rantai Pasok Dalam Lingkungan Global 25

BAB 5 HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT (HCD): KETERAMPILAN DAN KREATIVITAS 27
A. Sumber Daya Manusia Sebagai Pilar Utama Keberlanjutan Organisasi 27
B. Peran Keterampilan Lunak (Soft Skill) Dalam Dunia Kerja Modern 28
C. Pengembangan Kreativitas dan Inovasi Sebagai Strategi Keunggulan Kompetitif 29
D. Pengembangan SDM Dalam Membangun Budaya Yang Responsif Terhadap Pelanggan 30
E. SDM Sebagai Inti Strategi Keberlanjutan 31
BAB 6 QUALITY MANAGEMENT DAN RESOURCES MANAGEMENT 33
A. Quality Management 34
B. Total Quality Management (TQM) Sebagai Pendekatan Strategis 34
C. Continuous Improvement dan Siklus PDCA 35
D. Quality Management dan Kepuasan Pelanggan 35
E. Resource Management 35
F. Resource-Based View (RBV) dan Keunggulan Kompetitif 36
G. Manajemen Sumber Daya Manusia Sebagai Inti Resource Management 36
H. Resource Management dan Efisiensi Organisasi 36
I. Integrasi Quality Management dan Resource Management 37
J. Peran Quality Management dan Resource Management Dalam Praktik Organisasi 37
BAB 7 CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) 39
A. Pengertian Customer Relationship Management (CRM) 40
B. Definisi Customer Relationship Management (CRM) Menurut Para Ahli Dalam Konteks Call Center 41
C. CRM Sebagai Pendekatan Strategis Dalam Call Center Yang Sebagai Sistem Informasi Terintegrasi di Call Center 42
D. CRM Sebagai Fondasi Pengambilan Keputusan Layanan Call Center Sekaligus Dimensi Hubungan Pelanggan Dalam CRM Call Center 43
E. Peran Strategi CRM Dalam Operasional Call Center 43
F. Komponen Utama Customer Relationship Management (CRM) Dalam Call Center 44
G. Operational CRM Dalam Call Center 44
H. Analytical CRM Dalam Call Center 45
I. Collaborative CRM Dalam Call Center 45

J. Integrasi Teknologi Sebagai Pendukung Komponen CRM 45
K. Peran Sumber Daya Manusia
Dalam Komponen CRM Call Center 46
L. Manfaat Implementasi CRM Bagi Call Center 46
M. Tantangan Implementasi CRM di Lingkungan Call Center 48
N. Biaya Implementasi dan Pemeliharaan Sistem CRM 50
O. Ketidaksesuaian Proses Bisnis Dengan Sistem CRM 50
P. Pengelolaan Perubahan dan Evaluasi Berkelanjutan 50
BAB 8 ORGANIZATIONAL DAN FINANCIAL GOALS 53
A. Optimizing Resources 53
B. Maximizing Profile 54
C. Sustaining Business Growth 55
D. Maximizing Firms Value 56
BAB 9 BUDAYA ORGANISASI PADA PERUSAHAAN KELAS DUNIA 59
A. Pilar Perusahaan Kelas Dunia (World Class Company) 61
B. Visi Besar Microsoft 61
C. Nilai-Nilai Inti Pada Perusahaan IBM 65
D. Pelayanan dengan Sepenuh Hati Retail Walmart 68
E. Transformasi Airasia Berhad (Capital A) 72
F. Revenue Perusahaan Terbesar di Dunia (2017) 73
BAB 10 TAHAPAN-TAHAPAN KUNCI PERJALANAN KEWIRAUSAHAAN 75
A. Mindset Sebagai Pondasi Utama Kewirausahaan 76
B. Ide Bisnis: dari Gagasan ke Solusi Nyata 77
C. Memulai Usaha: Mulai dari yang Kecil dan Mulai dari Sekarang 79
D. Menghadapi Kegagalan dan Proses Pembelajaran 80
E. Strategi Diversifikasi Usaha 81
F. Riset, Validasi dan Pengelolaan Resiko 82
G. Membangun Jejaring dan Kolaborasi 83
BAB 11 PSIKOLOGI BISNIS UNTUK PARA LEADER MBA 87
A. Psikologi Bisnis Sebagai Fondasi Kepemimpinan Abad Ke-21 88
B. Pengertian dan Ruang Lingkup Psikologi Bisnis 89
C. Relevansi Psikologi dalam Organisasi Modern 89
D. Psikologi, Produktivitas dan Kepuasan Kerja 90
E. Pemahaman Perilaku Manusia
Sebagai dasar Kepemimpinan Efektif 90
F. Insight Psikologis dalam Pengambilan Keputusan Bisnis 91
G. Budaya Organisasi Sebagai Psikologi Kolektif 92
H. Psikologi dalam Rekrutmen dan Keadilan Organisasi 93

BAB 12 PERSPEKTIF BISNIS GLOBAL: SALIHIN INTERNATIONAL 97
A. Mengenal Salihin International 97
B. Salihin International dalam Perspektif Manajemen SDM 101
C. Praktik Manajemen Pemasaran di Salihin International 104
BAB 13 TRANSFORMASI STRATEGIS MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DI ERA DIGITAL: STUDI KASUS SALIHIN INTERNASIONAL.....115
A. Strategi Outsourcing HR untuk Efisiensi Bisnis..... 117
B. Modernisasi Sistem Penggajian (*Payroll)* *117*
C. Pengembangan Model Insani Melalui Corporate Academy..... 118
D. Integrasi Budaya Keamanan Siber 119
DAFTAR PUSTAKA.....125
PROFIL PENULIS.....131

1

KONSEP PERUBAHAN DISRUPTIF (*DISRUPTIVE CHANGE*)

Perkembangan lingkungan global yang semakin dinamis telah mendorong terjadinya perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, baik di bidang ekonomi, sosial, teknologi, maupun organisasi. Kemajuan teknologi digital, globalisasi, serta perubahan perilaku masyarakat menjadi faktor utama yang mempercepat laju perubahan tersebut. Dalam konteks ini, perubahan tidak lagi berlangsung secara linier dan bertahap, melainkan sering kali terjadi secara cepat, radikal, dan mendasar. Fenomena perubahan semacam ini dikenal sebagai **disruptive change** atau perubahan disruptif.

Perubahan disruptif telah menggeser cara kerja sistem yang sebelumnya mapan dan menggantikannya dengan pendekatan baru yang lebih relevan dengan tuntutan zaman. Dampaknya tidak hanya dirasakan oleh organisasi atau pelaku bisnis, tetapi juga oleh masyarakat secara luas, termasuk dalam pola konsumsi, struktur tenaga kerja, dan sistem sosial. Ketidakmampuan individu maupun organisasi dalam merespons perubahan disruptif berpotensi menimbulkan berbagai konsekuensi serius, seperti kehilangan daya saing, penurunan kinerja, hingga tersingkir dari lingkungan persaingan.

Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif mengenai konsep perubahan disruptif menjadi sangat penting. Pemahaman ini mencakup pengertian, ciri-ciri, penyebab, contoh nyata, dampak, serta strategi dalam menghadapi disruptive change. Dengan memahami konsep tersebut, diharapkan individu dan organisasi mampu bersikap lebih adaptif, inovatif, dan siap menghadapi tantangan perubahan yang semakin kompleks di era modern.

A. PENGERTIAN PERUBAHAN DISRUPTIF

Disruptive change atau perubahan disruptif merupakan bentuk perubahan yang bersifat besar, cepat, dan fundamental yang terjadi dalam suatu sistem, baik pada tingkat organisasi, industri, maupun masyarakat secara luas. Perubahan ini umumnya dipicu oleh hadirnya inovasi baru, terutama inovasi teknologi dan model bisnis, yang secara signifikan menggantikan cara lama dalam menjalankan aktivitas ekonomi dan sosial.

2

MANAJEMEN KEBERLANJUTAN (*SUSTAINABILITY MANAGEMENT*)

Perkembangan lingkungan bisnis global pada abad ke-21 ditandai oleh tingkat kompleksitas, ketidakpastian, dan dinamika perubahan yang semakin tinggi. Globalisasi ekonomi, kemajuan teknologi digital, serta meningkatnya kesadaran publik terhadap isu lingkungan dan sosial telah mengubah secara fundamental cara organisasi merancang dan menjalankan strategi bisnisnya. Dalam konteks ini, perusahaan tidak lagi semata-mata dinilai berdasarkan kemampuannya menghasilkan keuntungan finansial jangka pendek, tetapi juga berdasarkan kontribusinya terhadap keberlanjutan lingkungan, kesejahteraan sosial, dan stabilitas ekonomi jangka panjang (World Economic Forum, 2024).

Perubahan ekspektasi pemangku kepentingan tersebut menuntut organisasi untuk mengadopsi paradigma bisnis yang lebih holistik dan bertanggung jawab. Model bisnis konvensional yang berorientasi pada eksploitasi sumber daya secara intensif semakin dipandang tidak relevan dan berisiko tinggi terhadap kelangsungan perusahaan. Sebaliknya, pendekatan manajemen yang mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan menjadi kebutuhan strategis bagi organisasi yang ingin bertahan dan berkembang di tengah ketidakpastian global (Elkington, 2020).

Sustainability Management hadir sebagai respons atas tuntutan tersebut dengan menempatkan keberlanjutan sebagai inti dari strategi bisnis dan proses pengambilan keputusan organisasi. Pendekatan ini menekankan pentingnya perspektif jangka panjang, pengelolaan risiko keberlanjutan, serta penciptaan nilai yang berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan. Oleh karena itu, bab ini bertujuan untuk mengkaji konsep Sustainability Management secara komprehensif, mulai dari definisi, tujuan, dan dimensi utama, hingga keterkaitannya dengan kerangka ESG, perkembangan teknologi, Revolusi Industri 5.0, serta perannya dalam mendorong pertumbuhan perusahaan di masa depan (European Commission, 2021; Schwab & Zahidi, 2023).

3

PEMAHAMAN TERHADAP MANAJEMEN PERUBAHAN DAN LINGKUNGAN, SOSIAL DAN TATA KELOLA (ESG)

A. MANAJEMEN PERUBAHAN SEBAGAI KUNCI KEBERLANJUTAN PERUSAHAN JANGKA PANJANG

Dunia bisnis berada dalam kondisi yang terus berubah sebagai akibat dari perkembangan teknologi, intensifikasi globalisasi, pergeseran preferensi konsumen, serta meningkatnya tekanan regulasi dan persaingan. Dalam situasi yang dinamis tersebut, keberlangsungan perusahaan tidak lagi semata-mata ditentukan oleh ukuran organisasi, usia perusahaan, atau besarnya modal yang dimiliki. Sebaliknya, kemampuan perusahaan dalam mengelola perubahan secara efektif menjadi faktor penentu utama keberhasilan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Change Management (CM) dipahami sebagai suatu proses sistematis dan terencana yang bertujuan membantu individu, kelompok, dan organisasi dalam melakukan transisi dari kondisi saat ini menuju kondisi yang diinginkan. Cameron dan Green (2020) menegaskan bahwa *Change Management* bukan hanya respons reaktif terhadap krisis atau tekanan eksternal, melainkan pendekatan strategis yang memastikan perubahan dapat diterima oleh anggota organisasi, diimplementasikan secara konsisten, dan dipertahankan dalam praktik organisasi sehari-hari. Pandangan ini diperkuat oleh Palmer, Dunford, dan Buchanan (2021) yang menyatakan bahwa Change Management merupakan proses multidimensional yang mencakup perubahan struktur organisasi, sistem kerja, budaya, serta perilaku individu.

Change Management tidak hanya relevan bagi perusahaan baru atau startup, tetapi juga bagi perusahaan yang telah berusia panjang, perusahaan multinasional dengan operasi lintas negara, serta organisasi yang sedang mengalami pertumbuhan pesat. Burnes (2020) menekankan bahwa perubahan merupakan kondisi yang melekat pada kehidupan organisasi, sehingga kemampuan mengelola perubahan menjadi kompetensi inti organisasi modern. By, Hughes, dan Ford (2022) juga menyoroti bahwa kegagalan perubahan sering kali disebabkan oleh lemahnya kepemimpinan perubahan dan kurangnya pemahaman terhadap dinamika manusia dalam

4

TANTANGAN DALAM DUNIA BISNIS

Perkembangan lingkungan bisnis global dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan perubahan yang berlangsung sangat cepat, kompleks, dan penuh ketidakpastian. Dunia usaha tidak lagi beroperasi dalam kondisi yang stabil dan mudah diprediksi, melainkan berada dalam lingkungan yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi digital, fluktuasi ekonomi global, dinamika geopolitik, serta meningkatnya tuntutan sosial dan lingkungan. Kondisi ini menuntut organisasi bisnis untuk melakukan penyesuaian strategis secara berkelanjutan agar mampu bertahan dan mempertahankan daya saingnya (*World Economic Forum*, 2023; *World Economic Forum*, 2024).

Berbagai peristiwa global, termasuk pandemi dan ketegangan geopolitik, telah menjadi katalisator yang mempercepat perubahan struktur bisnis di berbagai sektor. Banyak perusahaan menghadapi tekanan operasional, gangguan rantai pasok, serta perubahan pola konsumsi masyarakat. Namun, pada saat yang sama, organisasi yang mampu beradaptasi melalui pemanfaatan teknologi digital dan inovasi model bisnis justru menunjukkan tingkat ketahanan yang lebih tinggi. Fenomena ini menegaskan bahwa tantangan bisnis modern tidak hanya bersumber dari kelemahan internal organisasi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh dinamika eksternal yang terus berubah.

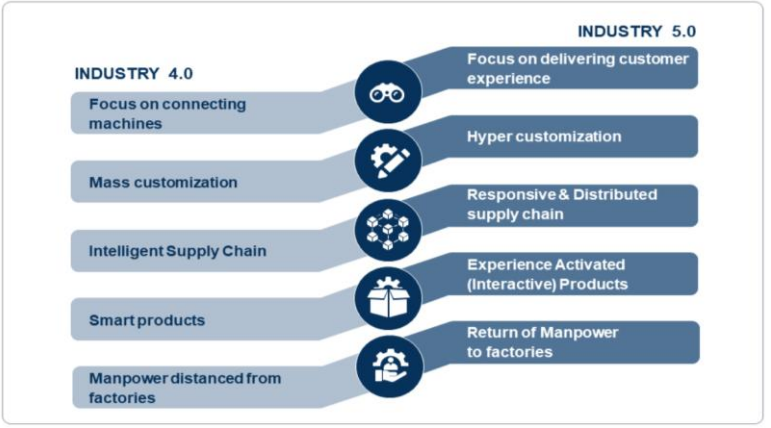
Literatur manajemen strategis mutakhir menekankan bahwa kemampuan adaptasi, pembelajaran organisasi, dan inovasi berkelanjutan merupakan faktor penentu keberhasilan jangka panjang. Teece (2020) menegaskan bahwa perusahaan perlu membangun kapabilitas dinamis agar mampu mengenali perubahan lingkungan, memanfaatkan peluang baru, serta menyesuaikan struktur internal secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pembahasan mengenai tantangan bisnis dalam konteks disrupsi global dan transformasi digital menjadi sangat relevan sebagai dasar perumusan strategi organisasi.

5

HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT (HCD): KETERAMPILAN DAN KREATIVITAS

A. SUMBER DAYA MANUSIA SEBAGAI PILAR UTAMA KEBERLANJUTAN ORGANISASI

Dalam lingkungan bisnis global yang semakin dinamis dan penuh ketidakpastian, sumber daya manusia (SDM) menjadi faktor kunci yang menentukan keberlanjutan dan daya saing organisasi. Disrupsi teknologi, perubahan pola kerja, serta meningkatnya kompleksitas risiko global menuntut organisasi untuk memiliki SDM yang adaptif, kompeten, dan berorientasi pada pembelajaran berkelanjutan. World Economic Forum (2024) menegaskan bahwa ketahanan organisasi dalam menghadapi krisis global sangat bergantung pada kualitas modal manusia yang dimilikinya.



Gambar 5.1 Perbandingan Industri 5.0 dengan Industri 4.0

Peran strategis SDM sebagai pilar keberlanjutan organisasi dapat dijelaskan melalui beberapa aspek berikut:

1. SDM sebagai *human capital* strategis

   Dalam perspektif manajemen modern, SDM dipandang sebagai *human capital* yang memiliki nilai strategis dan ekonomi. Dessler (2023) menegaskan bahwa pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja

6

QUALITY MANAGEMENT DAN *RESOURCES MANAGEMENT*

Perkembangan lingkungan organisasi yang semakin kompleks dan dinamis menuntut hadirnya sistem manajemen yang tidak hanya berorientasi pada pencapaian target jangka pendek, tetapi juga mampu menjamin keberlanjutan kinerja organisasi dalam jangka panjang. Globalisasi, kemajuan teknologi, perubahan regulasi, serta meningkatnya ekspektasi masyarakat telah mendorong organisasi baik di sektor publik maupun swasta—untuk beradaptasi secara cepat dan sistematis. Dalam konteks ini, organisasi dihadapkan pada tuntutan akuntabilitas yang semakin tinggi, transparansi dalam pengelolaan sumber daya, serta kewajiban untuk memberikan layanan yang berkualitas secara konsisten dan berkelanjutan.

Sebagai respons terhadap tuntutan tersebut, penerapan *Quality Management* menjadi salah satu pendekatan strategis yang krusial. *Quality Management* tidak semata-mata dipahami sebagai upaya pengendalian mutu akhir, melainkan sebagai suatu filosofi manajemen yang menekankan perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*) di seluruh proses organisasi. Melalui penetapan standar mutu, pengukuran kinerja, serta evaluasi sistematis terhadap proses kerja, *Quality Management* berperan dalam memastikan bahwa output organisasi mampu memenuhi bahkan melampaui harapan para pemangku kepentingan. Dengan demikian, kualitas menjadi elemen strategis yang berkontribusi langsung terhadap reputasi, kepercayaan publik, dan daya saing organisasi.

Di sisi lain, *Resource Management* memegang peranan penting dalam menjamin efisiensi dan efektivitas pemanfaatan sumber daya organisasi yang bersifat terbatas. Sumber daya tersebut tidak hanya mencakup aspek finansial, tetapi juga sumber daya manusia, teknologi, informasi, serta waktu. Pengelolaan sumber daya yang tidak optimal berpotensi menimbulkan pemborosan, menurunkan produktivitas, dan pada akhirnya menghambat pencapaian tujuan strategis organisasi. Oleh karena itu, Resource Management yang terencana dan terintegrasi menjadi prasyarat utama dalam mendukung kinerja organisasi yang unggul dan berkelanjutan.

7

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

Perkembangan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan berorientasi pada pelanggan telah mendorong organisasi untuk tidak hanya berfokus pada pencapaian penjualan jangka pendek, tetapi juga pada pembangunan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam era persaingan yang ditandai oleh kemajuan teknologi informasi, globalisasi, serta meningkatnya ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan, perusahaan dituntut untuk mampu memahami, mengelola, dan merespons kebutuhan pelanggan secara lebih personal, cepat, dan konsisten. Kondisi tersebut menjadikan *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai salah satu pendekatan manajerial yang memiliki peran strategis dalam mendukung keberlanjutan organisasi.

Customer Relationship Management (CRM) berkembang sebagai konsep dan strategi bisnis yang menempatkan pelanggan sebagai pusat dari seluruh aktivitas organisasi (*customer-centric*). CRM tidak hanya dipahami sebagai sistem teknologi informasi atau perangkat lunak pendukung layanan, melainkan sebagai pendekatan holistik yang mengintegrasikan proses bisnis, sumber daya manusia, serta teknologi untuk menciptakan nilai bersama antara perusahaan dan pelanggan. Melalui CRM, perusahaan berupaya membangun, memelihara, dan meningkatkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan secara berkelanjutan guna meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan nilai pelanggan bagi perusahaan.

Dalam konteks operasional perusahaan modern, call center memegang peranan yang sangat penting sebagai titik kontak utama (primary touchpoint) antara perusahaan dan pelanggan. *Call center* tidak lagi berfungsi sekadar sebagai unit penanganan keluhan atau pusat informasi, melainkan telah bertransformasi menjadi pusat pengelolaan hubungan pelanggan yang strategis. Setiap interaksi yang terjadi di *call center*—baik melalui telepon, email, live chat, maupun media digital lainnya—merupakan sumber data dan informasi yang bernilai tinggi dalam memahami perilaku, kebutuhan, serta persepsi pelanggan terhadap perusahaan. Oleh karena itu, implementasi CRM dalam lingkungan call center menjadi kebutuhan yang tidak terelakkan.

8

ORGANIZATIONAL & FINANCIAL GOALS

A. OPTIMIZING RESOURCES

Dalam konteks Manajemen Keberlanjutan (*Sustainability Management*), optimalisasi sumber daya (*optimizing resources*) merupakan pilar utama dalam mencapai tujuan organisasi dan keuangan.

a. Konsep *Zero Waste* (Tanpa Limbah)
   Optimalisasi sumber daya dalam poin 8.1 secara eksplisit dikaitkan dengan konsep "zero waste".
   - Efisiensi Maksimal: Perusahaan harus memastikan bahwa setiap input (bahan baku, energi, modal, dan waktu) dikonversi menjadi output yang bernilai tanpa ada yang terbuang sia-sia.
   - Keberlanjutan Sumber Daya: Hal ini bertujuan untuk menjamin ketersediaan sumber daya bagi generasi mendatang, yang merupakan inti dari Environmental, Social, and Governance (ESG).

b. Hubungan dengan Manajemen Kualitas (QM)
   Optimalisasi sumber daya tidak berdiri sendiri, melainkan bagian dari Quality Management (QM).
   - Peningkatan Kontinu: QM menuntut perbaikan terus-menerus pada seluruh proses bisnis untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya.
   - Komitmen Karyawan: Drive untuk perbaikan kualitas memerlukan komitmen penuh dari karyawan untuk bekerja secara optimal demi mencapai tujuan organisasi.

c. Peran Manajemen Sumber Daya *(Resources Management*)
   Dokumen ini mendefinisikan Manajemen Sumber Daya sebagai fundamental dinamis untuk meningkatkan kinerja bisnis melalui alokasi yang efisien. Manfaat utamanya meliputi:
   - Pengurangan Pemborosan: Membantu bisnis mengurangi limbah dan meningkatkan margin keuntungan (PM).
   - Pertumbuhan Pendapatan: Mempercepat perputaran pendapatan melalui efisiensi.
   - Kepuasan Pelanggan: Meningkatkan kemampuan perusahaan dalam melayani pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan dan retensi.

9

BUDAYA ORGANISASI PADA PERUSAHAAN KELAS DUNIA

Dalam dinamika organisasi modern yang dihadapkan pada persaingan global, disrupsi teknologi, serta tuntutan keberlanjutan bisnis, budaya organisasi menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan jangka panjang. Budaya tidak lagi dipandang sebagai aspek abstrak yang bersifat simbolik semata, melainkan sebagai fondasi strategis yang membentuk pola pikir, perilaku, dan cara kerja seluruh anggota organisasi. Melalui budaya organisasi, nilai-nilai bersama dan keyakinan kolektif diterjemahkan ke dalam praktik nyata yang memengaruhi kinerja internal sekaligus persepsi eksternal terhadap organisasi.

Budaya organisasi dapat dipahami sebagai sistem nilai, norma, dan keyakinan yang dianut bersama oleh anggota organisasi dan berfungsi sebagai "aturan tidak tertulis" dalam bertindak dan mengambil keputusan. Secara internal, budaya berperan dalam membentuk etos kerja, loyalitas, komitmen, serta cara individu berinteraksi satu sama lain. Nilai-nilai yang kuat dan konsisten akan menciptakan keselarasan perilaku, meningkatkan efektivitas kerja tim, serta memperkuat identitas organisasi. Sebaliknya, budaya yang lemah atau tidak selaras dengan strategi organisasi berpotensi menimbulkan konflik, penurunan kinerja, dan resistensi terhadap perubahan.

Selain fungsi internal, budaya organisasi juga memiliki fungsi eksternal yang sangat signifikan. Budaya secara langsung membentuk citra perusahaan di mata pelanggan, mitra bisnis, investor, dan masyarakat luas. Cara perusahaan melayani pelanggan, menanggapi keluhan, berinovasi, serta menjalankan tanggung jawab sosial dan tata kelola mencerminkan nilai-nilai budaya yang dianut. Oleh karena itu, budaya organisasi menjadi jembatan antara strategi internal perusahaan dan persepsi eksternal yang pada akhirnya memengaruhi reputasi dan daya saing perusahaan.

Perusahaan kelas dunia (*world class company*) menyadari bahwa budaya tidak dapat dibiarkan tumbuh secara alami tanpa arah, melainkan harus dirancang, dikomunikasikan, dan ditanamkan secara sistematis. Visi, misi, dan nilai-nilai inti (*core values*) digunakan sebagai instrumen formal untuk membentuk dan menjaga budaya kerja yang selaras dengan tujuan strategis

10

TAHAPAN-TAHAPAN KUNCI PERJALANAN KEWIRAUSAHAAN

Kewirausahaan pada hakikatnya merupakan sebuah proses dinamis yang melibatkan kemampuan individu dalam mengenali peluang, mengelola sumber daya, serta menciptakan nilai ekonomi dan sosial secara berkelanjutan. Dalam perkembangannya, kewirausahaan tidak lagi dipahami semata-mata sebagai aktivitas mendirikan usaha untuk memperoleh keuntungan, melainkan sebagai sebuah pola pikir (entrepreneurial mindset) dan perjalanan strategis yang menuntut keberanian, ketahanan mental, kreativitas, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Perubahan global yang ditandai oleh ketidakpastian ekonomi, percepatan transformasi digital, serta meningkatnya persaingan lintas negara menjadikan kewirausahaan sebagai salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi modern.

Dalam konteks tersebut, banyak individu memiliki ide bisnis, namun hanya sebagian kecil yang mampu merealisasikannya menjadi usaha yang berkelanjutan. Fenomena ini menunjukkan bahwa tantangan utama kewirausahaan bukan terletak pada ketersediaan ide, melainkan pada kemampuan individu untuk memulai, bertahan, dan berkembang melalui berbagai tahapan yang penuh risiko dan ketidakpastian. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif mengenai tahapan perjalanan kewirausahaan menjadi sangat krusial, terutama bagi wirausahawan pemula yang sering kali menghadapi kebingungan dalam menentukan langkah awal dan strategi pengembangan usaha.

Konsep Key Stages of the Entrepreneurial Journey yang dikemukakan oleh Dr. Tahir Iqbal (PhD in Finance, MBA, Master in Economics) memberikan kerangka pemahaman yang sistematis mengenai tahapan-tahapan kunci dalam perjalanan seorang wirausahawan. Kerangka ini menekankan bahwa kewirausahaan merupakan sebuah proses bertahap yang dimulai dari pembentukan pola pikir dan keyakinan diri, pengembangan ide yang relevan dengan kebutuhan pasar, keberanian untuk memulai dari skala kecil, hingga kemampuan mengelola pertumbuhan, risiko, dan diversifikasi usaha.

11

PSIKOLOG BISNIS UNTUK PARA LEADER MBA

Di era perubahan bisnis yang cepat dan penuh ketidakpastian, kepemimpinan modern tidak lagi cukup hanya mengandalkan keahlian teknis manajerial semata. Pendekatan tradisional yang menekankan perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian kini menghadapi keterbatasan ketika organisasi harus beroperasi dalam lingkungan yang kompleks, dinamis, dan tidak terprediksi. Organisasi kontemporer dihadapkan pada berbagai tantangan strategis, mulai dari percepatan digitalisasi, globalisasi tenaga kerja, disrupsi teknologi, hingga pergeseran nilai dan ekspektasi generasi kerja yang semakin beragam. Kondisi ini menuntut pemimpin untuk tidak hanya berpikir rasional dan analitis, tetapi juga memiliki sensitivitas tinggi terhadap dimensi manusia dalam organisasi.

Dalam konteks tersebut, aspek psikologis manusia—termasuk motivasi, emosi, persepsi, bias kognitif, serta makna kerja—menjadi elemen kunci dalam menentukan efektivitas kepemimpinan dan kinerja organisasi. Keputusan strategis, respons terhadap perubahan, serta kualitas hubungan kerja sangat dipengaruhi oleh cara individu memaknai pekerjaannya dan bagaimana mereka merespons tekanan maupun ketidakpastian. Oleh karena itu, pemahaman terhadap aspek-aspek psikologis tidak hanya berperan dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan sumber daya manusia, tetapi juga menjadi fondasi penting bagi organisasi untuk membangun kemampuan adaptif, mendorong inovasi, serta menjaga keberlanjutan jangka panjang.

Seiring dengan pergeseran tersebut, psikologi bisnis semakin memperoleh perhatian sebagai kerangka ilmiah yang relevan dalam pengembangan kepemimpinan modern. Psikologi bisnis membantu menjelaskan bagaimana individu berpikir dan bertindak dalam konteks organisasi, bagaimana dinamika kelompok terbentuk, serta bagaimana budaya dan iklim kerja memengaruhi perilaku kolektif. Pendekatan ini memungkinkan pemimpin untuk merancang kebijakan dan keputusan yang tidak hanya efektif secara struktural dan ekonomis, tetapi juga selaras dengan kebutuhan psikologis karyawan dan nilai-nilai organisasi.

12

PERSPEKTIF BISNIS GLOBAL: SALIHIN INTERNATIONAL

A. MENGENAL SALIHIN INTERNATIONAL

Perkembangan globalisasi, transformasi digital, dan meningkatnya kompleksitas regulasi internasional telah mengubah lanskap dunia usaha secara signifikan. Perusahaan tidak lagi hanya beroperasi dalam batas-batas nasional, melainkan berada dalam ekosistem global yang saling terhubung, kompetitif, dan dinamis. Dalam konteks ini, perusahaan jasa profesional seperti firma audit, konsultasi, pajak, dan advisory memainkan peran yang semakin strategis sebagai enabler bagi keberlanjutan dan kepatuhan bisnis global. Perusahaan jasa profesional tidak hanya berfungsi sebagai penyedia layanan teknis, tetapi juga sebagai mitra strategis yang membantu organisasi lintas negara dalam memahami regulasi, mengelola risiko, memastikan akuntabilitas, serta mengembangkan tata kelola yang baik (*good corporate governance)*. Peran ini menjadi semakin penting di tengah tuntutan transparansi, akuntabilitas, keberlanjutan, dan etika bisnis yang semakin tinggi di tingkat global.

SALIHIN International merupakan salah satu contoh perusahaan jasa profesional yang berkembang dari firma lokal menjadi jaringan internasional. Dengan menyediakan layanan audit, pajak, advisory, digital consulting, dan Shariah advisory, SALIHIN beroperasi pada simpul penting antara kepentingan bisnis, regulasi, dan nilai-nilai profesional. Keberadaan perusahaan seperti SALIHIN menjadi relevan dalam mendukung perusahaan-perusahaan lain baik multinasional maupun domestik—agar mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis global.



Gambar 8.1 Lobby Salihin International

13

TRANSFORMASI STRATEGIS MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DI ERA DIGITAL: STUDI KASUS SALIHIN INTERNASIONAL

Dinamika ekosistem bisnis global kontemporer sedang mengalami rekonfigurasi fundamental akibat pergeseran paradigma kerja pascapandemi, di mana model kerja hibrida (*hybrid work*) telah bertransformasi dari sekadar opsi darurat menjadi norma operasional baru bagi banyak organisasi. Fenomena ini mengaburkan batasan fisik tradisional tempat kerja, menuntut fleksibilitas tinggi di mana karyawan dapat mengakses data dan berkolaborasi dari berbagai lokasi, namun secara simultan meningkatkan kompleksitas pengawasan manajerial dan eksposur terhadap risiko keamanan informasi (SALIHIN, 2025). Implikasi dari volatilitas lingkungan kerja ini memaksa fungsi manajemen sumber daya manusia (MSDM) untuk beradaptasi, karena konektivitas tanpa batas yang memfasilitasi produktivitas jarak jauh juga memperluas "permukaan serangan" (*attack surface*) bagi ancaman siber, menjadikan integrasi protokol keamanan ke dalam kebijakan SDM sebagai sebuah imperatif yang mendesak (SALIHIN, 2025). Oleh karena itu, organisasi dituntut untuk merevisi arsitektur operasional mereka agar tetap relevan dan resilien, memastikan bahwa fleksibilitas kerja tidak mengorbankan integritas data maupun kohesivitas budaya organisasi.

Merespons tantangan multidimensi tersebut, urgensi transformasi digital dalam fungsi MSDM menjadi tidak terelakkan sebagai katalisator utama untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa transformasi digital yang terencana dan terintegrasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi dan daya saing jangka panjang (Verhoef et al., 2021). Transformasi ini melampaui sekadar digitalisasi proses administratif rutin; ia menuntut integrasi strategis antara teknologi canggih seperti *Enterprise Resource Planning* (ERP) dan *Business Intelligence* (BI) dengan pengembangan kapabilitas modal insani guna mendukung pengambilan keputusan berbasis data (*data-driven decision making*). Pergeseran peran HR dari fungsi transaksional menuju mitra strategis bisnis memerlukan dukungan infrastruktur yang

DAFTAR PUSTAKA

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

Becker, G. S. (1964). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. Chicago: University of Chicago Press.

Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Wiley & Sons.

SALIHIN. (2025). *Capabilities Statement: Think Differently*. Kuala Lumpur: SALIHIN International.

Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022

Whitman, M. E., & Mattord, H. J. (2021). *Principles of Information Security* (7th ed.). Boston, MA: Cengage Learning

Bansal, P., & Song, H. C. (2017). Similar but not the same: Differentiating corporate sustainability from corporate responsibility. *Academy of Management Annals, 11*(1), 105–149. https://doi.org/10.5465/annals.2015.0095

Bansal, P., Kistruck, G., & Eddleston, K. (2023). Sustainable development in organizations: Change management perspectives. *Academy of Management Review, 48*(3), 421–445.

Burnes, B. (2020). *Managing change* (8th ed.). Pearson Education.

By, R. T., Hughes, M., & Ford, J. (2022). Change leadership: Oxymoron and myths. *Journal of Change Management, 22*(1), 1–17.

Cameron, E., & Green, M. (2020). *Making sense of change management: A complete guide to the models, tools and techniques of organizational change* (5th ed.). Kogan Page.

Christensen, C. M., Ojomo, E., & Dillon, K. (2024). *The prosperity paradox: How innovation can lift nations out of poverty* (Updated ed.). Harper Business.

Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2023). *Disruptive innovation: An intellectual history and directions for future research*. Harvard Business School Publishing.

Deloitte. (2024). *ESG, change management, and organizational transformation*. Deloitte Insights.

Dessler, G. (2023). *Human resource management* (17th ed.). Pearson Education.

Donaldson, L. (2021). *The contingency theory of organizations* (2nd ed.). SAGE Publications.

Eccles, R. G., Klimenko, S., & Ioannou, I. (2022). ESG integration and the investment process: A review of challenges and solutions. *Journal of Applied Corporate Finance, 34*(2), 16–27. https://doi.org/10.1111/jacf.12510

Eccles, R. G., Klimenko, S., & Serafeim, G. (2022). Corporate sustainability and ESG: From theory to practice. *Journal of Applied Corporate Finance, 34*(2), 8–17.

Elkington, J. (2020). *Green swans: The coming boom in regenerative capitalism*. Fast Company Press.

European Commission. (2021). *Industry 5.0: Towards a sustainable, human-centric and resilient European industry*. Publications Office of the European Union.

Forbes. (2025). *The world's billionaires*. Forbes Magazine. https://www.forbes.com/billionaires/

Freeman, R. E., Dmytriyev, S., & Phillips, R. A. (2021). Stakeholder theory and the resource-based view of the firm. *Journal of Management, 47*(7), 1757–1770. https://doi.org/10.1177/0149206320957616

Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2022). ESG and financial performance: New evidence and updated aggregation. *Journal of Sustainable Finance & Investment, 12*(4), 1093–1113.

Gond, J. P., El Akremi, A., Swaen, V., & Babu, N. (2022). The psychological microfoundations of sustainability change. *Journal of Management Studies, 59*(6), 1504–1538.

GoTo Group. (2023). *About GoTo Group*. https://www.gotocompany.com/about

Harvard Business Review. (2022). *How leaders can manage change in the era of ESG*. Harvard Business Publishing.

Hart, S. L., & Dowell, G. (2011). A natural-resource-based view of the firm: Fifteen years after. *Journal of Management, 37*(5), 1464–1479. https://doi.org/10.1177/0149206310390219

International Sustainability Standards Board. (2023). *IFRS sustainability disclosure standards*. IFRS Foundation.

Ivanov, D. (2021). Supply chain resilience: Viability-based supply chain management for surviving the COVID-19 pandemic. *International Journal of Production Research, 59*(12), 3535–3554. https://doi.org/10.1080/00207543.2020.1835124

Kotter, J. P. (2021). *Change: How organizations achieve hard-to-imagine results in uncertain and volatile times*. John Wiley & Sons.

Kotsantonis, S., & Serafeim, G. (2023). ESG reporting and data quality: Challenges and implications. *Journal of Applied Corporate Finance, 35*(1), 32–41.

La Torre, M., Sabelfeld, S., Blomkvist, M., & Dumay, J. (2023). Rebuilding trust: ESG as a change mechanism in organizations. *Accounting, Auditing & Accountability Journal, 36*(1), 1–28.

McKinsey Global Institute. (2022). *The future of work after COVID-19*. McKinsey & Company.

McKinsey & Company. (2023). *The ESG premium: New perspectives on value and performance*. McKinsey Global Institute.

Nahavandi, S. (2019). Industry 5.0—A human-centric solution. *Sustainability, 11*(16), 4371. https://doi.org/10.3390/su11164371

OECD. (2023). *OECD guidelines for multinational enterprises on responsible business conduct*. OECD Publishing.

OECD. (2023). *OECD skills outlook 2023: Skills for a resilient green and digital transition*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/27452f29-en

Palmer, I., Dunford, R., & Buchanan, D. A. (2021). *Managing organizational change: A multiple perspectives approach* (4th ed.). McGraw-Hill Education.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value. In G. Lenssen & N. Smith (Eds.), *Managing sustainable business* (pp. 323–346). Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-024-1144-7_16

PwC. (2023). *Embedding ESG into corporate transformation*. PwC Global.

Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2024). *Diffusion of innovations* (6th ed.). Free Press.

Schwab, K., & Zahidi, S. (2023). *The future of growth report 2023*. World Economic Forum.

Schwab, K., & Zahidi, S. (2023). *The global competitiveness report 2023: Technology, innovation, and disruption*. World Economic Forum.

Senior, B., & Swailes, S. (2020). *Organizational change* (6th ed.). Pearson Education.

Strohmeier, S. (2020). Digital human resource management: A conceptual clarification. *German Journal of Human Resource Management, 34*(3), 345–365. https://doi.org/10.1177/2397002220921131

Teece, D. J. (2020). Fundamental issues in strategy: Time to reassess? *Strategic Management Review, 1*(1), 103–144. https://doi.org/10.1561/111.00000005

United Nations Global Compact. (2022). *Integrating the SDGs into corporate strategy*. United Nations.

United Nations Global Compact. (2023). *Integrating the SDGs into corporate strategy*. United Nations.

Vial, G. (2021). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Journal of Strategic Information Systems, 30*(2), 101–120. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2021.101647

Wikipedia contributors. (n.d.). *List of oldest companies*. Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_oldest_companies

World Economic Forum. (2023). *Global risks report 2023* (18th ed.). World Economic Forum.

World Economic Forum. (2023). *Measuring stakeholder capitalism: ESG metrics and disclosures*. World Economic Forum.

Armstrong, M. (2014). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice*. London: Kogan Page.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.

Deming, W. E. (1986). *Out of the Crisis*. Cambridge, MA: MIT Press.

Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2016). *Manajemen Mutu for Organizational Excellence: Introduction to Total Manajemen Mutu*. New York: Pearson.

ISO. (2015). *ISO 9000: Manajemen Mutu Systems – Fundamentals and Vocabulary*. Geneva: International Organization for Standardization.

Juran, J. M., & Godfrey, A. B. (1999). *Juran's Quality Handbook*. New York: McGraw-Hill.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management*. Boston: Pearson.

Buttle, F., & Maklan, S. (2019). *Customer relationship management: Concepts and technologies* (4th ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781351016551

Greenberg, P. (2020). *CRM at the speed of light: Social CRM strategies, tools, and techniques for engaging your customers* (5th ed.). McGraw-Hill Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Payne, A. (2012). *Handbook of CRM: Achieving excellence in customer management*. Butterworth-Heinemann.

Peppers, D., & Rogers, M. (2017). *Managing customer experience and relationships: A strategic framework* (3rd ed.). Wiley.

Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2018). *Information technology for management: On-demand strategies for performance, growth, and sustainability* (11th ed.). Wiley.

Fatemi, A., Glaum, M., & Kaiser, S. (2018). ESG performance and firm value: The moderating role of disclosure. *Global Finance Journal*, 38, 45-64. doi:10.1016/j.gfj.2017.03.001.

Hart, S. L., & Dowell, G. (2011). A natural-resource-based view of the firm: Fifteen years after. *Journal of Management*, 37(5), 1464-1479.

Pratama, A. (2020). Sustainability Strategy and Corporate Performance: Evidence from Indonesian Listed Companies. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 22(2). (Sesuai untuk referensi lokal Indonesia).

Dauvergne, P. (2020). *AI in the Wild: Sustainability in the Age of Artificial Intelligence*. MIT Press.

AirAsia Management. (n.d.). *9.4 Case of AirAsia Berhad: Transformation to Capital A*.

AirAsia Newsroom. (n.d.). *The Beginning of a New Era: Divestment of airline business*.

Capital A Berhad. (2024). *Quarterly Balance Sheet: September 2024 Analysis*.

Microsoft Corporation. (n.d.). *9.1 World Class Company: Vision and Mission Statements*.

Organizational Behavior Research. (n.d.). *9. Organizational Culture Defined*.

World Class Enterprises. (n.d.). *9.2 & 9.3 Core Values and Revenue Top 5*

Iqbal, T. (2022). Key Stages of the Entrepreneurial Journey. Materi kuliah dan pengalaman praktis kewirausahaan.

Drucker, P. F. (1985). Innovation and Entrepreneurship. New York: Harper & Row.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). Entrepreneurship. New York: McGraw-Hill Education.

Kuratko, D. F. (2020). Entrepreneurship: Theory, Process, Practice. Boston: Cengage Learning

Aaker, D. A. (2014). Strategic market management (10th ed.). John Wiley & Sons.

Al Humairah, K., Yusuf, M., & Anwar, S. (2023). Crafting effective HRM strategies for enhancing organizational performance and employee engagement. Advances in Human Resource Management Research, 2(1), 22–35.

Armstrong, M. (2020). Armstrong's handbook of human resource management practice (15th ed.). Kogan Page.

Becker, G. S. (1993). Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education (3rd ed.). University of Chicago Press.

Chaffey, D. (2015). Digital marketing: Strategy, implementation and practice (6th ed.). Pearson Education.

Chartered Institute of Marketing. (2018). Marketing and the sustainable development goals. CIM Publishing.

Collings, D. G., & Mellahi, K. (2009). Strategic talent management: A review and research agenda. Human Resource Management Review, 19(4), 304–313. https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2009.04.001

Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2019). Business ethics: Ethical decision making and cases (12th ed.). Cengage Learning.

International Journal of Science and Management Studies. (2024). Human resource management practices, employees' professional development, and work-life balance. IJSMS, 8(2), 118–125.

Junaidi, M., Putra, R. A., & Sari, D. P. (2023). Analysis of human resource management strategies in improving organizational performance. TARGET: Jurnal Manajemen Bisnis, 5(2), 145–156.

Kotler, P. (2019). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. John Wiley & Sons.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Sarkar, C. (2017). Finally, brand purpose. Marketing Journal, American Marketing Association.

Nagle, T. T., Hogan, J. E., & Zale, J. (2016). The strategy and tactics of pricing: A guide to growing more profitably (5th ed.). Routledge.

Putri, E. Y., Hidayat, R., & Prasetyo, A. (2021). Penerapan praktik manajemen sumber daya manusia dan hubungannya dengan kinerja karyawan. Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen, 11(2), 101–112.

SALIHIN International. (2024). About SALIHIN International. https://www.salihin.com

SALIHIN International. (2025). SALIHIN capabilities statement. https://www.salihin.com

SALIHIN International. (2025). SALIHIN capabilities statement. SALIHIN International

Senge, P. M. (2006). The fifth discipline: The art and practice of the learning organization (Revised ed.). Doubleday.

Wahyudi, A., Kurniawan, D., & Lestari, S. (2022). Manajemen sumber daya manusia berbasis kompetensi untuk meningkatkan produktivitas organisasi. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen, 9(1), 33–45.

Wright, P. M., & McMahan, G. C. (2011). Exploring human capital: Putting 'human' back into strategic human resource management. Human Resource Management Journal, 21(2), 93–104. https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.2010.00165.x

PROFIL PENULIS



Aestika Anggika

Profesional muda yang lahir di Jakarta, 26 Juni 1992. Memiliki ikatan akademis yang kuat dengan UPN Veteran Jakarta sebagai lulusan S1 Manajemen. Saat ini aktif berkarya sebagai karyawan swasta. Penulis kembali melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi Pemasaran) di almamater yang sama untuk mensinergikan pengalaman praktis dengan pengembangan strategi pemasaran yang komprehensif.



Alimin

Profesional muda yang lahir di Bua, 14 November 1995. Memiliki latar belakang akademis pendidikan dari IAIN Palopo (Pendidikan Bahasa Inggris). Saat ini aktif berkarya di sektor logistik dan pelayaran pada PT. Pelayaran Korindo. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi SDM) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan kemampuan komunikasi dan manajerial dalam pengembangan sumber daya manusia perusahaan.



Bayu Pratama

Profesional muda yang lahir pada 4 Januari 1998. Memiliki fondasi berpikir sistematis dari latar belakang Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Malang. Saat ini aktif mengaplikasikan keahliannya di sektor bisnis sebagai *Marketing Officer* di PT. Evergreen Shipping Agency Indonesia. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi SDM) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan kemampuan teknis dan pemasaran dengan strategi pengembangan sumber daya manusia.

Bimayu Rati



Profesional muda yang lahir di Bekasi, 21 September 1997. Memiliki latar belakang akademis sains yang kuat sebagai lulusan Biologi Universitas Indonesia. Saat ini mengaplikasikan kemampuan riset dan analisisnya dalam peran profesional sebagai *Analyst*. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi Pemasaran) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan pendekatan analitis berbasis data dengan strategi pemasaran modern.

Dimas Bagus Mahasinul Akbar



Profesional di bidang perpajakan yang memiliki fondasi akademis kuat sebagai lulusan Ekonomi Pembangunan UPN Veteran Jakarta. Saat ini aktif mengaplikasikan keahliannya dalam sektor pajak. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi Keuangan) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan pemahaman makroekonomi dan regulasi pajak dengan strategi manajemen keuangan korporat modern.

Dimas Indira Anggoro



Profesional muda di sektor perbankan yang lahir di Sampit, 27 April 2000. Memiliki latar belakang akademis Ekonomi Pembangunan dari Universitas Terbuka. Saat ini memegang tanggung jawab sebagai SM Mikro di Bank DKI. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi Pemasaran) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan wawasan ekonomi pembangunan dengan strategi pemasaran mikro yang efektif.

Dina Arizna Octavia



Profesional muda yang lahir di Surabaya, 28 Oktober 1997. Memiliki fondasi akademis yang kuat di bidang Ekonomi Pembangunan dari UPN Veteran Jawa Timur. Saat ini aktif bekerja sebagai *Frontliner* Operasional Layanan di PT. Bank Jakarta KC. Pintu Besar Selatan. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi SDM) di UPN

	Veteran Jakarta untuk mensinergikan wawasan ekonomi makro dengan strategi pengelolaan sumber daya manusia di industri perbankan.
	**Dini Indriyani** Lahir di Jakarta pada 24 April 2000. Menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) Pendidikan Fisika di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Saat ini, penulis berkarir profesional di bidang *Marketing*. Guna memperkuat strategi bisnis dan memperluas wawasan manajerialnya, Dini kini tengah menempuh pendidikan Magister Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran di UPN Veteran Jakarta.
	**Ega Buthana Zulkifli** Profesional muda yang lahir di Jakarta, 17 April 1996. Memiliki latar belakang akademis unik di bidang Manajemen Transportasi Darat dari STMT Trisakti. Saat ini aktif bekerja sebagai *Content Moderator* di perusahaan multinasional PT. Concentrix Services Indonesia. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi Pemasaran) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan wawasan operasional dengan strategi pemasaran modern.
	**Ella Karunia Dwinanti** Profesional berpengalaman di lingkungan BUMN yang lahir di Jakarta, 18 Juli 1977. Memiliki fondasi akademis teknik yang kuat sebagai lulusan Teknik Sipil Universitas Jayabaya. Saat ini aktif mengabdi sebagai karyawan BUMN. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi SDM) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan pendekatan sistematis teknik dengan strategi pengelolaan sumber daya manusia yang efektif.



Fadhil Azzihady Tafwimul Afnillah

Profesional muda yang lahir di Jakarta, 21 Desember 1998. Memiliki latar belakang akademis yang kuat di bidang Manajemen dari Universitas Budi Luhur. Saat ini aktif mengaplikasikan keilmuannya sebagai karyawan Bank. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi SDM) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan pengalaman operasional perbankan dengan strategi manajemen sumber daya manusia yang efektif.



Flugor Tetuko

Seorang profesional di bidang akuntansi yang lahir di Klaten, 28 November 1991. Memiliki latar belakang akademis yang solid sebagai lulusan S1 Akuntansi Universitas MH Thamrin, Jakarta. Saat ini memegang tanggung jawab sebagai Akuntan di PT Pegasus Lintas Buana. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi Keuangan) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan praktik akuntansi dengan strategi keuangan korporat modern.



Ihsan Rizki Mansis

Merupakan lulusan Ekonomi Syariah dari UPN Veteran Jakarta yang lahir di Jakarta, 31 Agustus 2002. Memiliki latar belakang profesional di bidang administrasi korporasi sebagai Staff Admin di PT Rizki Adiata Brothers. Saat ini, penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen di UPN Veteran Jakarta sebagai langkah strategis untuk mensinergikan pemahaman ekonomi syariah dengan kompetensi manajemen bisnis modern.



Ivan Bachtiar Pandapotan Nababan

Profesional muda yang lahir pada 4 Desember 1997. Memiliki latar belakang akademis yang unik di bidang sains (Geofisika) dari Universitas Udayana, namun sukses membangun karir di dunia komersial. Saat ini memegang tanggung jawab strategis sebagai *Brand Marketing Supervisor* di PT Central Proteina Prima Tbk. Penulis sedang melanjutkan studi

Magister Manajemen (Konsentrasi Pemasaran) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan kemampuan analitis sains dengan strategi pemasaran modern.



Jihan Widyawati Sifa

Profesional di bidang penjualan teknis yang lahir di Cirebon, 26 Agustus 1990. Memiliki latar belakang akademis unik di bidang Bimbingan dan Konseling dari Universitas PGRI Semarang. Saat ini aktif bekerja sebagai *Sales Engineer*, di mana kemampuan komunikasi interpersonalnya menjadi aset utama. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi Pemasaran) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan pendekatan psikologis dengan strategi pemasaran modern.



Kristina Yatini Aldila

Lahir di Jakarta pada 29 Agustus 1990. Menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) Hubungan Internasional dengan fokus Pengkajian Strategi di UPN Veteran Jakarta. Saat ini, penulis berkarir di industri olahraga dan pariwisata sebagai *Manager Operasional* di Rock Island Wall Climbing Gym, Bali. Guna memperkuat kompetensi dalam pengelolaan tim dan organisasi yang dinamis, Kristina kini tengah menempuh pendidikan Magister Manajemen dengan konsentrasi Sumber Daya Manusia (SDM) di UPN Veteran Jakarta.



Lily Anggraini

Seorang abdi negara yang lahir di Binjai, 8 November 1980. Memiliki latar belakang akademis Manajemen dari STIE IPWI Jakarta. Saat ini aktif berkarir sebagai ASN di Kementerian Pertahanan RI. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi SDM) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan pengalaman birokrasi pertahanan dengan strategi manajemen sumber daya manusia yang modern dan efektif.



Lucky Muhammad Fuad Zen

Seorang profesional dengan pengalaman lintas sektor yang lahir di Jakarta, 17 September 1982. Lulusan Teknik Manajemen Industri Universitas Pasundan ini memadukan pendekatan sistematis teknik dengan pengelolaan manusia. Saat ini berkarya di Sekolah Pilar Indonesia dan memegang amanah strategis sebagai Ketua Bidang Pembinaan Prestasi di IKO Kyokushin Union Indonesia. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi SDM) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan pengalaman praktis dalam pembinaan prestasi dan manajemen organisasi dengan teori SDM modern.



Muhamad Fajri Fathreza

Profesional muda yang lahir di Tasikmalaya, 27 November 1994. Memiliki latar belakang akademis teknik dari UPN Veteran Yogyakarta. Saat ini aktif berkarir di industri retail fashion sebagai *Ass. Marketing & Sales Offline Manager* di PT. Dwi Krafi Brands (Laskala). Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi SDM) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan pengalaman operasional penjualan dengan strategi pengembangan sumber daya manusia.



Muhammad Rizky

Seorang wirausahawan muda yang lahir di Bandung, 28 April 2001. Memiliki fondasi akademis yang unik dengan memadukan keahlian teknis dari Politeknik Manufaktur Bandung dan gelar Insinyur profesional dari Universitas Hasanudin Makassar. Saat ini, penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen di UPN Veteran Jakarta sebagai langkah strategis untuk mensinergikan presisi teknik dengan ketajaman strategi bisnis di pasar global.



Muthia Azizah

Seorang praktisi SDM yang lahir di Jakarta, 24 Juli. Memiliki latar belakang pendidikan S1 Psikologi dari Universitas Al Azhar Indonesia yang menjadi fondasi kuat dalam karirnya. Saat ini aktif bekerja sebagai *HR Manager* di sektor konstruksi, sembari melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi SDM) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan pendekatan psikologi dengan strategi manajemen talenta modern.



Princessila Enjelin Girsang

Lahir di Wamena pada 1 Maret 1997. Menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) Kesehatan Masyarakat di Universitas Diponegoro. Saat ini, penulis berkarir profesional di bidang pelayanan kesehatan sebagai staf Administrasi Rawat Inap. Guna memperkuat kompetensi dalam pengelolaan sumber daya manusia di sektor kesehatan, Princessila kini tengah menempuh pendidikan Magister Manajemen dengan konsentrasi Sumber Daya Manusia (SDM) di UPN Veteran Jakarta.



Rahmadi Arif

Penulis muda berbakat yang lahir di Jakarta, 9 Juli 1999. Memiliki latar belakang akademis sains dari Universitas Al Azhar Indonesia (Biologi), namun menekuni dunia penulisan kreatif sebagai kontributor artikel di IDN Times. Saat ini, penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi Pemasaran) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan kemampuan analisis dan penulisan konten dengan strategi pemasaran digital yang efektif.



Rizky Syachlan Pratama

Seorang profesional muda di sektor perbankan yang lahir di Bekasi, 25 Juni 2000. Memiliki latar belakang akademis Ekonomi Syariah dari UPN Veteran Jakarta. Saat ini memegang tanggung jawab sebagai *Relationship Manager* di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Penulis sedang melanjutkan studi

	Magister Manajemen (Konsentrasi Pemasaran) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan prinsip ekonomi syariah dengan strategi pemasaran perbankan modern.
	**Santy Devipel Nainggolan** Profesional muda yang lahir di Pematang Siantar, 5 November 1996. Memiliki latar belakang akademis di bidang sains (Agroteknologi) dari Universitas Siliwangi, namun sukses beradaptasi di industri keuangan. Saat ini berperan sebagai garda terdepan layanan nasabah (*Customer Service*) di PT Bank Panin Tbk. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi Pemasaran) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan pengalaman pelayanan prima dengan strategi pemasaran modern.
	**Stefhanie Gabriella Atthalia Simatupang** Seorang praktisi SDM muda yang lahir di Bekasi, 4 November 2000. Memiliki fondasi akademis yang kuat di bidang Psikologi dari Universitas Kristen Krida Wacana. Saat ini aktif bekerja sebagai HRGA di perusahaan teknologi, PT Teknologi Cekat Indonesia. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi SDM) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan pemahaman perilaku manusia dengan strategi pengelolaan operasional perusahaan yang efektif.
	**Suhardian** Profesional di bidang pemasaran digital yang lahir di Aekkanopan, 8 Februari 1988. Memiliki latar belakang akademis yang kuat sebagai lulusan Manajemen Universitas Indonesia. Saat ini aktif mengaplikasikan keahliannya sebagai *Digital Marketer*. Penulis sedang melanjutkan studi Magister Manajemen (Konsentrasi Pemasaran) di UPN Veteran Jakarta untuk mensinergikan praktik pemasaran digital dengan strategi manajemen pemasaran yang komprehensif.



Tita Rhadiatan Mardiah, S.Th.I.
Menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) pada Jurusan Tafsir-Hadis, Fakultas Ushuluddin dan Filsafat, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Saat ini, penulis aktif berkecimpung dalam dunia pendidikan Islam di Pondok Pesantren Modern Darus-Sholihin, Sawangan, Depok. Di tengah kesibukannya, beliau sedang menempuh studi Magister Manajemen di UPN Veteran Jakarta guna memperdalam wawasan manajerial dan kepemimpinan strategis.



Zarnelis
Seorang praktisi berpengalaman di industri perbankan yang lahir di Jakarta, 7 November 1971. Memiliki latar belakang akademis yang linier di bidang Ekonomi Perbankan dari STIE Tri Dharma Widya Jakarta. Saat ini, penulis tengah melanjutkan studi Magister Manajemen di UPN Veteran Jakarta, mengambil spesialisasi Manajemen SDM untuk mensinergikan pengalaman praktis perbankan dengan wawasan strategis pengelolaan talenta modern.

Transformasi Bisnis di Era Disrupsi Global: Sustainability, ESG, dan Kepemimpinan Masa Depan mengulas perubahan fundamental yang dihadapi dunia bisnis akibat dinamika global yang semakin kompleks dan tidak terduga. Disrupsi teknologi, perubahan iklim, tekanan regulasi, krisis geopolitik, serta meningkatnya kesadaran sosial telah memaksa perusahaan untuk bertransformasi secara menyeluruh, tidak hanya dari sisi strategi bisnis, tetapi juga nilai, tata kelola, dan kepemimpinan.

Buku ini menyoroti bagaimana konsep sustainability dan Environmental, Social, and Governance (ESG) telah beralih dari sekadar wacana etis menjadi elemen inti dalam pengambilan keputusan bisnis. Perusahaan tidak lagi diukur semata-mata dari kinerja finansial, tetapi juga dari dampak lingkungan, kontribusi sosial, serta kualitas tata kelola yang transparan dan bertanggung jawab. Implementasi ESG yang efektif terbukti mampu meningkatkan daya saing, kepercayaan investor, dan ketahanan jangka panjang organisasi.

Lebih jauh, pembahasan difokuskan pada peran kepemimpinan masa depan dalam mengelola transformasi ini. Pemimpin dituntut memiliki visi jangka panjang, kemampuan adaptif, keberanian mengambil keputusan strategis, serta empati terhadap pemangku kepentingan. Kepemimpinan kolaboratif, berbasis nilai, dan berorientasi pada inovasi menjadi kunci dalam menavigasi ketidakpastian global.

www.penerbitwidina.com
@penerbitwidina
penerbit widina
penerbitwidina@gmail.com
widina store
widina bookstore

Layanan Pembaca & Penerbitan Buku
0815-7000-699

SCANME