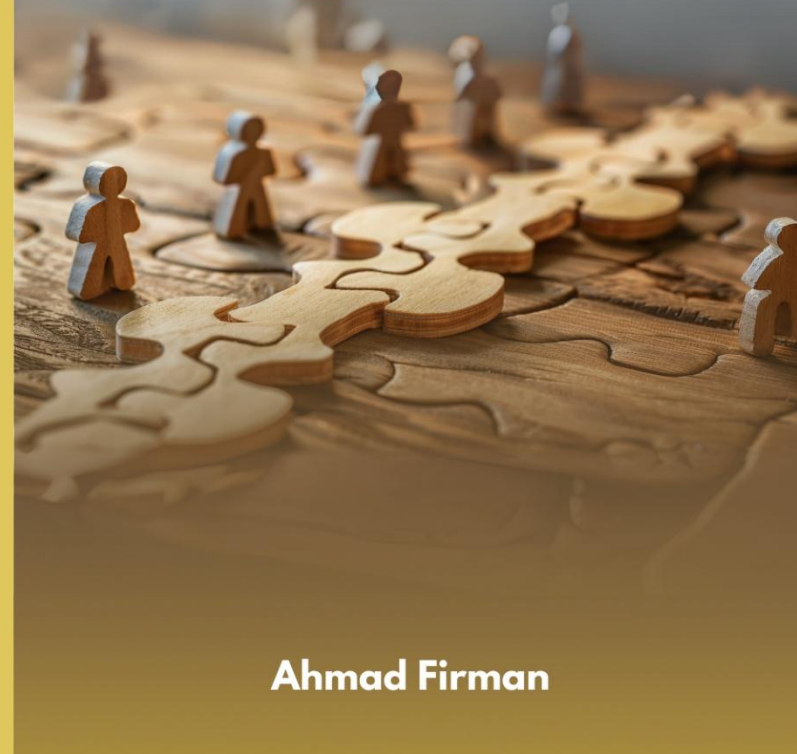


# PENCIPTAAN NILAI ORGANISASI

## PERSPEKTIF DAN STRATEGI UNTUK KEBERLANJUTAN



Ahmad Firman

PENCIPTAAN NILAI ORGANISASI :  
PERSPEKTIF DAN STRATEGI UNTUK KEBERLANJUTAN

Ahmad Firman

Bagaimana organisasi dapat menciptakan nilai yang tidak hanya mendukung keberlanjutan tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan? Buku "Penciptaan Nilai Organisasi: Perspektif dan Strategi untuk Keberlanjutan" hadir untuk menjawab pertanyaan ini dengan menawarkan wawasan praktis dan strategi yang dapat diterapkan oleh berbagai kalangan.

Dalam dunia yang terus berubah, tantangan seperti kemajuan teknologi, dinamika pasar global, dan meningkatnya tuntutan keberlanjutan mendorong organisasi untuk beradaptasi dan berinovasi. Buku ini membahas bagaimana dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan dapat diintegrasikan ke dalam strategi organisasi untuk menciptakan dampak yang relevan dan berkelanjutan.

Melalui delapan bab yang disusun secara sistematis, pembaca akan diajak memahami konsep penciptaan nilai, model dan teori yang mendasarinya, serta langkah-langkah praktis untuk mewujudkannya. Dilengkapi dengan studi kasus nyata dari organisasi lokal dan global, buku ini memberikan panduan yang aplikatif tentang bagaimana inovasi, pengelolaan sumber daya manusia, dan teknologi digital dapat menjadi kunci keberhasilan.

Dirancang untuk pembaca dari berbagai latar belakang—mulai dari pelaku bisnis kecil, komunitas lokal, hingga individu yang ingin memahami bagaimana menciptakan nilai di kehidupan sehari-hari

**Buku ini tidak hanya menjadi referensi penting bagi akademisi, tetapi juga bagi masyarakat luas yang ingin berkontribusi pada keberlanjutan.**

ISBN 978-623-6936-75-7



9 786236 936757



**PENCIPTAAN NILAI ORGANISASI:  
PERSPEKTIF DAN STRATEGI UNTUK KEBERLANJUTAN**

**Penulis:**  
Ahmad Firman

**Editor:**  
Muh. Syilfa Nooviar, S.Pd., M.Pd

**Penerbit**  
**Nobel Press**  
**2025**

**PENCIPTAAN NILAI ORGANISASI:  
PERSPEKTIF DAN STRATEGI UNTUK KEBERLANJUTAN**

Penulis:  
Ahmad Firman

ISBN: 978-623-6936-75-7

Editor:  
Muh. Syilfa Nooviar, S.Pd., M.Pd

Cetakan Pertama: Januari 2025  
Isi di luar tanggungjawab percetakan

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Copyright © 2025 by Nobel Press  
All Right Reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang keras menerjemahkan, memfotocopy, atau  
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin  
tertulis dari penerbit

**PENERBIT NOBEL PRESS  
(ITB NOBEL INDONESIA MAKASSAR)**

Kampus ITB Nobel Indonesia, Jalan Sultan Alauddin No. 212  
Makassar

<https://nobelpress.nobel.ac.id/>  
email: [press@stienobel-indonesia.ac.id](mailto:press@stienobel-indonesia.ac.id), [press@nobel.ac.id](mailto:press@nobel.ac.id)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga buku “Penciptaan Nilai Organisasi: Perspektif dan Strategi untuk Keberlanjutan” ini dapat terselesaikan. Buku ini dirancang untuk memberikan wawasan praktis yang dapat diterapkan oleh berbagai kalangan, baik pelaku bisnis, komunitas, maupun individu yang ingin memahami bagaimana nilai dapat diciptakan dan dikelola secara efektif di era yang terus berubah.

Dalam kehidupan modern, penciptaan nilai menjadi salah satu aspek penting yang menentukan keberhasilan dan keberlanjutan suatu organisasi. Tidak hanya fokus pada aspek ekonomi, nilai organisasi kini juga mencakup dampak sosial dan lingkungan yang dirasakan oleh masyarakat luas. Buku ini hadir sebagai panduan untuk membantu pembaca memahami bagaimana konsep-konsep tersebut dapat diterapkan dalam berbagai konteks, baik di skala organisasi besar, usaha kecil, maupun komunitas lokal.

Buku ini terdiri dari delapan bab yang mencakup berbagai dimensi penciptaan nilai. Pembahasan dimulai dari konsep dasar dan model penciptaan nilai, hingga studi kasus nyata yang menunjukkan bagaimana strategi ini berhasil diterapkan di dunia nyata. Selain itu, buku ini dilengkapi dengan rekomendasi praktis yang dirancang untuk membantu pembaca menerapkan ide-ide tersebut di kehidupan sehari-hari.

Penulis berharap buku ini dapat menjadi sumber inspirasi dan panduan yang bermanfaat bagi siapa saja yang ingin berkontribusi pada pembangunan organisasi yang berkelanjutan

dan berdampak positif. Dengan pendekatan yang interaktif dan pembahasan yang aplikatif, buku ini tidak hanya cocok untuk akademisi dan mahasiswa, tetapi juga untuk masyarakat luas yang tertarik pada inovasi, keberlanjutan, dan strategi organisasi. Pada kesempatan ini, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung penyusunan buku ini. Kritik dan saran dari pembaca akan sangat kami apresiasi untuk penyempurnaan edisi berikutnya.

Semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi pembaca dan menjadi kontribusi nyata dalam menciptakan nilai yang relevan dan berdampak bagi masyarakat.

Makassar, Januari 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	v
<b>BAB 1 PENGENALAN PENCIPTAAN NILAI ORGANISASI.....</b>	<b>1</b>
1.1    Pendahuluan.....	2
1.2    Pengertian Nilai Organisasi.....	3
1.3    Konsep Penciptaan Nilai dalam Organisasi .....	4
1.4    Dimensi-Dimensi Nilai Organisasi .....	6
1.5    Tantangan dan Peluang Penciptaan Nilai Organisasi .....	7
1.6    Penutup .....	8
<b>BAB 2 MODEL DAN TEORI PENCIPTAAN NILAI .....</b>	<b>9</b>
2.1    Pendahuluan.....	10
2.2    Model Penciptaan Nilai .....	11
2.3    Teori Penciptaan Nilai .....	15
2.4    Integrasi Penciptaan Nilai dan Keunggulan Kompetitif .....	19
2.5    Penutup .....	20
<b>BAB 3 PROSES PENCIPTAAN NILAI DALAM ORGANISASI.....</b>	<b>21</b>
3.1    Pendahuluan.....	22
3.2    Komponen Proses Penciptaan Nilai.....	23
3.3    Strategi untuk Mengelola Proses Penciptaan Nilai.....	29
3.4    Tantangan dan Solusi dalam Proses Penciptaan Nilai.....	31
3.5    Penutup .....	32

BAB 4 PENGUKURAN DAN EVALUASI NILAI YANG DICIPTAKAN.....	34
4.1    Pendahuluan.....	35
4.2    Indikator Kunci Pengukuran Nilai Organisasi.....	36
4.3    Metode Evaluasi Nilai Organisasi .....	40
4.4    Tantangan dalam Pengukuran dan Evaluasi Nilai .....	42
4.5    Strategi untuk Mengatasi Tantangan.....	44
4.6    Penutup .....	44
BAB 5 STUDI KASUS PENCIPTAAN NILAI ORGANISASI .....	46
5.1    Pendahuluan.....	46
5.2    Studi Kasus 1 (Peningkatan Kinerja melalui Budaya Organisasi PT BCA Panakkukang Makassar) .....	47
5.3    Studi Kasus 2: Inovasi Model Bisnis di PT X.....	50
5.4    Pelajaran yang Dapat Dipetik dari Studi Kasus .....	51
5.5    Penutup .....	53
BAB 6 MEMBANGUN ORGANISASI BERKELANJUTAN MELALUI PENCIPTAAN NILAI .....	54
6.1    Pendahuluan.....	55
6.2    Pilar Utama Keberlanjutan Organisasi melalui Penciptaan Nilai .....	55
6.3    Strategi Membangun Organisasi Berkelanjutan .....	59
6.4    Tantangan dalam Membangun Keberlanjutan.....	61
6.5    Peluang untuk Organisasi Berkelanjutan.....	62
6.6    Penutup .....	63
BAB 7 TANTANGAN & PELUANG DALAM PENCIPTAAN NILAI ORGANISASI .....	64
7.1    Pendahuluan.....	65

7.2	Tantangan dalam Penciptaan Nilai .....	66
7.3	Peluang dalam Penciptaan Nilai .....	70
7.4	Strategi Mengatasi Tantangan & Memanfaatkan Peluang	72
7.5	Penutup .....	73
BAB 8 TIPS PRAKTIS MENCIPTAKAN NILAI BERKELANJUTAN DALAM ORGANISASI .....		75
8.1	Pendahuluan.....	76
8.2	Penutup.....	81
DAFTAR PUSTAKA .....		83
BIOGRAFI PENULIS.....		88