

Editor :

Suwandi, S.E., M.Ak., C.G.L., C.PI., C.NFW., C.FTax., CPABC,
C.FR., C.AFE., CBPA., C.AP., C.CSR., C.RM., CQMS, CBSP, CFAP.



**KONSEP
DAN IMPLEMENTASI**

MANAJEMEN STRATEGI

Rukun Santoso | Lilik Sofianiyatin | Ahmad Maulidizen | Apriyanti | Fifian Permata Sari
Mohammad Sihab | Monica Rosiana | Kosasih | Estu Mahanani | Dyanasari | Abdurohim
Yose Ega Mulyadi | Apud Abdul Aziz | Iwan Henri Kusnadi | Aditya Wardhana

KONSEP
DAN IMPLEMENTASI

MANAJEMEN STRATEGI

Manajemen strategi identik dengan tindakan-tindakan yang dilakukan dalam upaya pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan. Cara kerjanya dimulai dari identifikasi dan analisis setiap perubahan lingkungan bisnis, mengevaluasi perubahan, yang kemudian mengambil langkah strategis untuk menghadapi perubahan yang terjadi. Melalui manajemen ini, membantu perusahaan beradaptasi dalam menghadapi perkembangan bisnis dan persaingan yang semakin ketat.

Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa jurusan manajemen, praktisi manajemen, atau siapa pun yang ingin mendalami manajemen strategi. Kehadiran buku ini diharapkan bisa memberikan pemahaman kepada mereka yang serius ingin mengembangkan ilmu pengetahuannya.

Bab yang dibahas dalam buku ini, terdiri dari:

- Bab 1 Tinjauan Umum Manajemen Strategi
- Bab 2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan
- Bab 3 Peran Pemimpin dalam Manajemen Strategi
- Bab 4 Analisis Lingkungan Eksternal
- Bab 5 Analisis Lingkungan Internal
- Bab 6 Analisis dan Pilihan Strategi
- Bab 7 Strategi Tingkat Fungsional
- Bab 8 Strategi Tingkat Bisnis
- Bab 9 Strategi Tingkat Korporasi
- Bab 10 Implementasi Strategi Bidang Operasional
- Bab 11 Implementasi Strategi Bidang R & D
- Bab 12 Implementasi Strategi Bidang Pemasaran
- Bab 13 Implementasi Strategi Bidang Keuangan
- Bab 14 Evaluasi Strategi
- Bab 15 Strategi Memasuki Pasar Global

KONSEP DAN IMPLEMENTASI
MANAJEMEN
STRATEGI

Rukun Santoso | Lilik Sofianiyatin |
Ahmad Maulidizen | Apriyanti | Fifian Permata Sari |
Mohammad Sihab | Monica Rosiana | Kosasih |
Estu Mahanani | Dyanasari | Abdurohim | Yose Ega Mulyadi |
Apud Abdul Aziz | Iwan Henri Kusnadi |
Aditya Wardhana



eureka
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

KONSEP DAN IMPLEMENTASI MANAJEMEN STRATEGI

Penulis : Rukun Santoso, Lilik Sofianiyatin, Ahmad Maulidizen, Apriyanti, Fifian Permata Sari, Mohammad Sihab, Monica Rosiana, Kosasih, Estu Mahanani, Dyanasari, Abdurohim, Yose Ega Mulyadi, Apud Abdul Aziz, Iwan Henri Kusnadi, Aditya Wardhana

Editor : Suwandi, S.E., M.Ak., C.GL., C.PI., C.NFW., C.FTax., CPABC., C.FR., C.AFE., CBPA., C.AP., C.CSR., C.RM., CQMS., CBSP., CFAP.

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Yoga Kurniawan, S.Pd., Gr.

ISBN : 978-623-487-072-5

No. HKI : EC00202251328

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, JULI 2022**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

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

Surel : eurekaediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2022

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang

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

KATA PENGANTAR

Bismillahir Rahmanir Rahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Puji syukur tak henti-hentinya kita ucapkan atas bimbingan dan kehendak Allah Swt, Bapak Rukun Santoso et al. dapat menyelesaikan bukunya “Konsep dan Implementasi Manajemen Strategi” yang sekarang ini kita dapat membacanya. Semoga Allah Swt senantiasa memberikan kesehatan bagi bapak dan ibu penulis dalam menjalankan aktivitas.

Penulis dalam buku ini mengulas tentang peran penting manajemen strategi dalam kaitannya dengan pengelolaan perusahaan menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis. Manajemen strategi identik dengan tindakan-tindakan yang dilakukan dalam upaya pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan. Cara kerja manajemen ini dimulai dari identifikasi dan analisis setiap perubahan lingkungan, mengevaluasi perubahan, yang kemudian mengambil langkah strategis untuk menghadapi perubahan yang terjadi. Melalui manajemen strategi, membantu perusahaan beradaptasi dalam menghadapi perkembangan bisnis dan persaingan yang semakin ketat.

Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa jurusan manajemen, praktisi manajemen, atau siapa pun yang ingin mendalami manajemen strategi. Kehadiran buku ini diharapkan bisa memberikan pemahaman kepada mereka yang serius ingin mengembangkan ilmu pengetahuannya. Materi yang disampaikan dalam buku ini disusun sesederhana mungkin dengan harapan mudah dipahami pembaca. Namun, segala upaya penyempurnaan yang telah dilakukan tetap saja masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran terbuka demi untuk perbaikan buku ini ke depannya.

Akhir kata, kami memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada tim penulis atas tersusunnya buku ini dan tetap produktif dalam menulis. Ucapan terima kasih kami sampaikan terkhusus kepada Penerbit **Eureka Media Aksara** yang telah

memfasilitasi terbitnya buku ini. Semoga segala aktivitas kita di ridai Allah Swt. Aamiin.

Selamat membaca ...!!!

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Bone, Juni 2022

Editor,

Suwandi

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1 TINJAUAN UMUM MANAJEMEN STRATEGI	1
Dr. Rukun Santoso, S.E., M.M., M.Si.	1
A. Pendahuluan	1
B. Definisi Manajemen Strategi.....	2
C. Tujuan dan Manfaat Manajemen Strategi	3
D. Fungsi Manajemen Strategi	5
E. Tahapan Manajemen Strategi	7
F. Tantangan Manajemen Strategi.....	8
G. Referensi	9
BAB 2 VISI, MISI DAN TUJUAN PERUSAHAAN	11
Lilik Sofianiyatin, S.H.I, M.Si.	11
A. Pendahuluan	11
B. Visi	11
C. Misi	13
D. Tujuan Perusahaan	16
E. Referensi	17
BAB 3 PERAN PEMIMPIN DALAM MANAJEMEN STRATEGI	19
Ahmad Maulidizen, S.E.Sy., M.Sh.	19
A. Pendahuluan	19
B. Pemimpin dan Manajemen Strategis	20
C. Pemimpin dan Peran Manajemen Strategi	22
D. Pemimpin dalam Memanfaatkan dan Menghadapi Risiko Manajemen Strategi	23
E. Teori Kepemimpinan	24
F. Peran Kepemimpinan dalam Manajemen Strategis	25
G. Referensi	28
BAB 4 ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL	29
Dr. Apriyanti, S.E., M.M.	29
A. Pendahuluan	29
B. Analisis Lingkungan	30

C. Konsep Analisis Lingkungan Eksternal	31
D. Faktor-faktor Lingkungan Eksternal	34
E. Referensi.....	36
BAB 5 ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL	37
Dr. Fifian Permata Sari, S.P., M.Si.....	37
A. Pendahuluan.....	37
B. Konsep Analisis Lingkungan Internal.....	38
C. Pentingnya Analisis Lingkungan Internal	40
D. Komponen Analisis Lingkungan Internal	41
E. Pendekatan dalam Analisis Lingkungan Internal.....	42
F. Lingkungan Internal dan Analisis SWOT	43
G. Referensi.....	48
BAB 6 ANALISIS DAN PILIHAN STRATEGI	50
Mohammad Sihab, Ph.D., CPHCM.....	50
A. Pendahuluan.....	50
B. Kajian Strategi dan Perencanaan	50
C. Kajian Strategi dan Kinerja.....	51
D. Kajian Strategi dan Lingkungan	53
E. Definisi dan Konsep Strategi.....	54
F. Pilihan Strategi	58
G. Kerangka Kerja Analitik Perumusan Strategi.....	59
H. Referensi.....	61
BAB 7 STRATEGI TINGKAT FUNGSIONAL	65
Monica Rosiana, S.E., M.Si.....	65
A. Pendahuluan.....	65
B. Definisi Strategi Fungsional	66
C. Manfaat Strategi Fungsional	67
D. Fungsi-fungsi dalam Strategi Fungsional	68
E. Faktor Berpengaruh pada Strategi Fungsional Bisnis.....	70
F. Implikasi Strategi Fungsional	72
G. Referensi.....	73
BAB 8 STRATEGI TINGKAT BISNIS	75
Dr. Drs. Kosasih, M.M.	75
A. Pendahuluan.....	75
B. Konsep Strategi Tingkat Bisnis	76
C. Differentiation Focus Strategy	76

D. Faktor Institusional.....	77
E. Pengembangan Toko dengan Format Ritel Baru	80
F. Referensi	81
BAB 9 STRATEGI TINGKAT KORPORASI.....	83
Estu Mahanani, S.P., M.M.....	83
A. Pendahuluan	83
B. Formulasi Strategi Tingkat Korporasi.....	83
C. General Strategy Alternatives.....	84
D. Conglomerate Diversification Strategy.....	87
E. Business Portofolio Models.....	90
F. Strategi Tingkat Korporat Internasional.....	94
G. Referensi	94
BAB 10 IMPLEMENTASI STRATEGI BIDANG	
OPERASIONAL	96
Dr. Ir. Dyanasari, M.B.A.....	96
A. Pendahuluan	96
B. Pelaksanaan Implementasi Bidang Operasional.....	97
C. Memperoleh Hasil Terbaik dari Implementasi Strategi Operasional	101
D. Ciptakan Lingkungan yang Toleran terhadap Kesalahan	107
E. Referensi	108
BAB 11 IMPLEMENTASI STRATEGI BIDANG R & D	109
Dr. Abdurohim, S.E., M.M.....	109
A. Pendahuluan	109
B. Pentingnya R & D bagi Perusahaan.....	111
C. Tipe R & D pada Perusahaan Bisnis.....	112
D. Implementasi R & D Berdasarkan Job Description.....	114
E. Pemusatan R & D: Satu Unit atau di Setiap Unit.....	115
F. Referensi	117
BAB 12 IMPLEMENTASI STRATEGI BIDANG	
PEMASARAN.....	119
Yose Ega Mulyadi, S.E., M.M.	119
A. Pendahuluan	119
B. Aplikasi Strategi Riset	120
C. Aplikasi Strategi Branding.....	122

D. Aplikasi Strategi Penjualan	123
E. Aplikasi Strategi Distribusi.....	126
F. Referensi.....	129
BAB 13 IMPLEMENTASI STRATEGI BIDANG	
KEUANGAN	130
Apud Abdul Aziz, S.A.B., M.M., PMTQ., CNHRP., CPI.,	
CPS., CGL., CSTMI., CMPI., CJKB., CCW., CELC.,	
CPDM., CFGIB., CEMM., CSMC., CHTeach.,	
CMPyD., CNeoMg.	130
A. Pendahuluan.....	130
B. Konsep Pengelolaan Keuangan	130
C. Tahapan Strategi Pengelolaan Keuangan	131
D. Implementasi Kontrol Arus Kas	134
E. Laporan Keuangan sebagai Pengendali Keuangan	136
F. Referensi.....	140
BAB 14 EVALUASI STRATEGI	141
Dr. H. Iwan Henri Kusnadi, S.Sos., M.Si.	141
A. Peranan Manajemen Strategi	141
B. Definisi Evaluasi Strategi.....	142
C. Karakteristik Evaluasi Strategi Efektif	144
D. Kriteria Evaluasi Strategi.....	146
E. Proses Evaluasi Strategi.....	147
F. Outcome Evaluasi Strategi	150
G. Referensi.....	151
BAB 15 STRATEGI MEMASUKI PASAR GLOBAL	152
Dr (Cand). Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M.	152
A. Pendahuluan.....	152
B. Strategi Multidomestik (Multidomestic Strategy).....	154
C. Strategi Global (Global Strategy)	155
D. Strategi Transnasional (Transational Strategy)	156
E. Strategi Replikasi Domestik (Home Replication	
Strategy).....	158
F. Referensi.....	159
TENTANG PENULIS	161

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 6.1 Kerangka Kerja Analisis Formulasi Strategi.....	60
Gambar 7.1 Fungsi dalam Strategi Tingkat Fungsional.....	70
Gambar 8.1 <i>Generic Strategies</i>	76
Gambar 11.1 Proses Riset dan Pengembangan.....	112
Gambar 11.2 Kegiatan Riset Kebutuhan Bisnis.....	113
Gambar 11.3 Perkembangan Inovasi Kehidupan Manusia.....	118
Gambar 12.1 Jalur Distribusi <i>Offline</i>	129
Gambar 12.2 Jalur Distribusi <i>Online</i>	130
Gambar 15.1 Strategi Bisnis Memasuki Pasar Global.....	161



KONSEP DAN IMPLEMENTASI

MANAJEMEN

STRATEGI



BAB

1

TINJAUAN UMUM MANAJEMEN STRATEGI

Dr. Rukun Santoso, S.E., M.M., M.Si.

Dosen Universitas Islam Jakarta

A. Pendahuluan

Sebuah bisnis yang dijalankan memerlukan berbagai penjadwalan kegiatan agar dapat beroperasi dengan lancar dan terarah. Penjadwalan atau persiapan yang dimaksud salah satunya adalah manajemen strategi. Tentu saja, satu tujuan adalah sukses dalam menjalankan bisnis dan berbagai upaya diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian, dalam pencapaian tujuan diperlukan pemahaman dan penerapan manajemen strategi.

Manajemen strategi sangat penting bagi perusahaan sebab melibatkan perumusan, implementasi, evaluasi, dan pengambilan keputusan bisnis untuk menggapai tujuan dan sasaran perusahaan (Ahmad, 2020). Manajemen strategi ini memainkan peran penting dalam perusahaan karena berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan untuk perusahaan sesuai visi dan misi yang ada. Dengan adanya manajemen strategi, perusahaan memiliki arah yang jelas untuk memantau, mengontrol dan menilai pelaksanaan strategi dan keberhasilan operasinya.

BAB 2

VISI, MISI DAN TUJUAN PERUSAHAAN

Lilik Sofianiyatin, S.H.I, M.Si.
Dosen Institut Agama Islam Ngawi

A. Pendahuluan

Visi dan misi adalah sebuah identitas bagi perusahaan yang sangat jelas. Sebuah bisnis tidak hanya didefinisikan berdasarkan namanya atau ayat-ayat pendirian perusahaan. Visi dan misi yang jelas dari sebuah perusahaan akan menuntun perusahaan tersebut ke arah tujuan yang jelas dan juga objektif. Visi perusahaan dapat mengarahkan memusatkan memotivasi menyatukan bahkan menginspirasi seluruh komponen dalam perusahaan untuk mencapai kinerja yang hebat.

B. Visi

Visi berasal dari bahasa Inggris yaitu vision. Diterjemahkan sebagai pandangan ke depan. Visi dan Apa itu organisasi? Diwujudkan oleh organisasi, atau bisa dibilang visi itu pernyataan tentang keinginan dan visi organisasi didefinisikan sebagai kemampuan untuk berpikir dan merencanakan masa depan positif dan imajinatif dengan citra hati tentang situasi yang mungkin terjadi di masa depan.

Visi umumnya diartikan menjadi jawaban fundamental terhadap pertanyaan "*what do we want to become*" (akan menjadi apakah hidup kita di masa depan)? Visi sulit untuk bisa dituliskan secara lebih jelas citra sistem yang ditujunya sebab

BAB 3

PERAN PEMIMPIN DALAM MANAJEMEN STRATEGI

Ahmad Maulidizen, S.E.Sy., M.Sh.

Dosen STIMIK ESQ

A. Pendahuluan

Kepemimpinan adalah faktor strategis dalam manajemen organisasi. Kepemimpinan berhubungan erat dengan fungsi seorang pemimpin dalam upaya meningkatkan kuantitas pertemuan efektif Bersama staf dalam keadaan kondusif. Pemimpin seyogyanya dapat mendorong kinerja karyawan dengan pendekatan yang humanis kepada individu atau kelompok karena pendekatan yang positif akan menimbulkan motivasi dalam diri setiap individu dalam mencapai tujuan organisasi.

Seorang pemimpin harus dapat menetapkan arah serta menyusun visi yang menjadi masa depan organisasi. Kepemimpinan strategis juga bersifat multifungsional karena dalam pengelolaan dan eksekusinya memerlukan kerjasama dari orang lain untuk membantu merealisasikan visi perusahaan yang telah ditentukan.

Seorang pemimpin bertanggung jawab atas keberhasilan organisasi yang dipimpin dengan tetap berpedoman kepada rencana dan strategi yang telah disusun. Perusahaan memerlukan pemimpin yang strategis dalam menghadapi dinamika lingkungan perusahaan yang kompleks. Kehadiran pemimpin strategis dapat memberikan energi dalam membuat

BAB 4

ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL

Dr. Apriyanti, S.E., M.M.

Dosen Universitas PGRI Madiun

A. Pendahuluan

Dalam menghadapi persaingan dalam dunia bisnis diperlukan suatu strategi yang tepat guna memenangkan persaingan. Strategi di tingkat korporasi, bisnis dan tingkat operasional akan memegang kendali utama terlaksananya tujuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Memberikan perhatian kepada lingkungan merupakan cara terbaik untuk merumuskan strategi yang akan diterapkan guna menghadapi persaingan. Faktor-faktor lingkungan yang dimaksud terdiri atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Kedua lingkungan tersebut perlu dilakukannya analisis agar perusahaan dapat mampu memahami tentang keadaan lingkungan perusahaannya. Makin besar suatu organisasi, makin kompleks pula bentuk, jenis dan sifat interaksi yang terjadi dalam menghadapi kedua jenis lingkungan tersebut. Seorang pemimpin yang ingin terus mengembangkan perusahaannya harus paham betul dengan lingkungan perusahaannya agar tujuan, visi dan misi bisa tercapai.

Lingkungan eksternal bisa dikatakan sebagai komponen-komponen atau variabel lingkungan yang berada atau berasal dari luar organisasi atau perusahaan. Komponen tersebut cenderung berada di luar jangkauan organisasi, artinya organisasi atau perusahaan tidak bisa melakukan intervensi

BAB 5

ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL

Dr. Fifian Permata Sari, S.P., M.Si.

Dosen Universitas Baturaja

A. Pendahuluan

Analisis lingkungan internal adalah proses dimana perencanaan strategi mengkaji faktor-faktor internal perusahaan untuk menentukan dimana perusahaan memiliki kelemahan dan kekuatan sehingga dapat mengelola peluang secara efektif dalam menghadapi ancaman yang terdapat dalam lingkungan. Sebelum perusahaan melakukan kegiatan hendaknya mawas diri dalam mengkaji kekuatan dan kelemahan diri sebelum menentukan atau mengubah tujuan dan menggariskan tindakan pencapaian tujuan yang merupakan konsekuensi logis yang perlu ditempuh perusahaan agar lancar dalam operasinya.

Lingkungan internal merupakan sebuah sistem sosial yang terbentuk dari beberapa komponen yang berasal dari dalam organisasi pendidikan. Komponen-komponen tersebut adalah sumber daya baik manusia maupun non manusia dan organisasi itu sendiri. Lingkungan internal mempengaruhi capaian kinerja dan sebagai penentu keberlangsungan hidup organisasi di masa yang akan datang. Lingkungan internal juga memiliki pengertian tentang semua yang ada dalam tubuh organisasi itu sendiri, dari pimpinan sampai bawahan, yang saling bekerja sama untuk mencapai tujuan organisasi. Lebih lanjut lingkungan internal dinyatakan sebagai faktor-faktor yang berada di dalam organisasi yang mencerminkan kekuatan-

BAB 6

ANALISIS DAN PILIHAN STRATEGI

Mohammad Sihab, Ph.D., CPHCM.

Dosen Untag Surabaya

A. Pendahuluan

Manajemen strategi sudah lama menjadi pusat perhatian para CEO korporasi di seluruh dunia. Lebih dari setengah abad manajemen strategi (perencanaan strategi) telah menjadi sebuah standar pemikiran dan praktik manajemen di dunia bisnis dan hampir setengah abad menjadi standar praktis di sejumlah besar organisasi publik dan organisasi non profit (Bryson, 2004). Manfaat manajemen strategi yang paling penting barangkali adalah mempromosikan pemikiran, tindakan, dan pembelajaran strategis (Heijden, 1996). Manajemen strategi membuat sebuah organisasi lebih proaktif daripada reaktif dalam membentuk masa depan organisasi.

B. Kajian Strategi dan Perencanaan

Manajemen strategi (perencanaan strategi) membantu organisasi memformulasikan berbagai strategi yang lebih baik dengan mengadopsi pendekatan yang lebih sistematis, logis, dan rasional. Dengan model proses perencanaan strategis yang rasional, organisasi (perencana strategi) menyelidiki tren industri dan persaingan, membuat model peramalan dan analisis skenario, mengidentifikasi ancaman dan peluang bisnis, serta membuat program kreatif. Model seperti itu dijelaskan bahwa sebuah perusahaan melewati sejumlah langkah yang

BAB 7

STRATEGI TINGKAT FUNGSIONAL

Monica Rosiana, S.E., M.Si.

Dosen Universitas Jenderal Soedirman

A. Pendahuluan

Lingkungan dunia yang mengalami perubahan seperti adanya globalisasi tentunya akan memberikan dampak bagi perkembangan suatu bisnis. Saat ini persaingan bisnis semakin hari semakin ketat, para pelaku bisnis pun dituntut untuk bisa menentukan strategi mana yang bisa membuatnya unggul dibanding pesaing. Strategi ini merupakan suatu cara yang dapat menempatkan perusahaan pada posisi yang dikehendaki. Tolak ukur dari keberhasilan strategi dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menangkap peluang dan menyikapi ancaman serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan yang ada dalam lingkungan internalnya.

Seperti dijelaskan pada bab sebelumnya, sebelum perusahaan menentukan strategi mana yang akan digunakan. Perusahaan haruslah menganalisis usahanya secara internal dan eksternal. Selanjutnya, pada bab ini kita akan mempelajari strategi tingkat fungsional yang dapat digunakan untuk menentukan keunggulan kompetitif perusahaan. Strategi fungsional diperlukan untuk masing-masing bidang dari suatu usaha atau bisnis, di mana strategi tersebut menghasilkan tugas-tugas yang diperlukan untuk merealisasikan strategi tingkat bisnis. Setelah mempelajari bagian ini, pembaca diharapkan

BAB 8

STRATEGI TINGKAT BISNIS

Dr. Drs. Kosasih, M.M.
Dosen Universitas Sangga Buana

A. Pendahuluan

Pada era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, maka para pelaku bisnis yang *profit oriented* harus selalu proaktif dan dituntut untuk terus-menerus menemukan cara dan strategi-strategi yang bisa unggul dalam menghadapi persaingan di bidang entitas bisnisnya masing-masing. Tentunya tujuan akhirnya agar bisa memenangkan persaingan agar perusahaan tetap bisa *survive* mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Dalam memilih model dan konsep bisnis yang akan digunakan, idealnya para pelaku bisnis atau suatu perusahaan harus mengkombinasikan antara faktor internal *resources* atau sumber daya yang dimiliki dengan melihat kondisi struktur industri secara eksternal. Setelah menganalisis struktur industri dari faktor eksternal dan kemudian dapat memaksimalkan seluruh komponen sumber daya internal (*resources*) dengan menciptakan berbagai keunggulan, barulah kemudian menyiapkan strategi-strategi untuk bisa mencapai tujuan. Strategi yang dimaksud adalah langkah perencanaan yang lebih terukur dan sistematis yang memiliki perbedaan dan ciri khas tersendiri baik dari sisi produk atau jasa yang dihasilkan maupun kompetensi dari sumber daya manusia.

BAB 9 | STRATEGI TINGKAT KORPORASI

Estu Mahanani, S.P., M.M.

Dosen Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

A. Pendahuluan

Perumusan strategi (formulasi strategi) merupakan proses penyusunan langkah-langkah kedepan untuk membangun visi dan misi organisasi atau perusahaan, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik. Karena keterbatasan sumber daya, maka perusahaan harus memilih langkah strategi yang akan menghasilkan profit dan manfaat yang paling besar.

Perumusan strategi merupakan kombinasi dari orientasi terhadap perspektif masa depan dengan keadaan eksternal maupun keadaan internal perusahaan saat ini. Isu-isu penting dalam perumusan strategi adalah bisnis apa yang akan dimasuki, bisnis apa yang seharusnya ditinggalkan, apakah harus melakukan ekspansi atau diversifikasi usaha, pengembangan pasar, inovasi produk, apakah perlu *go international* dan lain-lain.

B. Formulasi Strategi Tingkat Korporasi

Strategi korporasi mencerminkan seluruh arah perusahaan untuk menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan secara keseluruhan dan manajemen berbagai macam bisnis (Wheelen & Hunger, 2012). Strategi pada tingkat korporat yaitu:

BAB

10

IMPLEMENTASI STRATEGI BIDANG OPERASIONAL

Dr. Ir. Dyanasari, M.B.A.

Dosen Universitas Tribhuwana Tungadewi

A. Pendahuluan

Implementasi strategi adalah proses mengubah rencana strategis menjadi tindakan (Asana, 2022). Dikatakan selanjutnya, implementasi strategi dijalankan melalui rencana pemasaran baru untuk meningkatkan penjualan atau memperkenalkan perangkat lunak manajemen kerja baru untuk meningkatkan penjualan atau memperkenalkan perangkat lunak manajemen kerja baru untuk meningkatkan efisiensi di seluruh tim internal sehingga rencana pemasaran tersebut sama berharganya dengan implementasi strategi. Dalam hal ini, implementasi strategi bidang operasional tentunya juga berorientasi kepada efisiensi pelaksanaan operasional.

Implementasi strategi adalah langkah keempat dalam proses manajemen strategis dan dari langkah tersebut dilaksanakan tindakan (Asana, 2022). Dikatakan selanjutnya, sebuah implementasi strategi mempunyai fungsi yang tepat apabila pelaksana memiliki bandwidth, sumber daya dan dukungan untuk mengimplemtasikan rencana tersebut, serta kondisi tersebut tidak akan mendorong perubahan aktual dalam organisasi. Dalam hal ini, implementasi strategis di bidang operasional, hendaknya dikondisikan sedemikian rupa agar pelaksana memiliki terutama sumber daya dan dukungan agar rencana tersebut terlaksana secara efisien.

BAB 11

IMPLEMENTASI STRATEGI BIDANG R & D

Dr. Abdurohim, S.E., M.M.

Dosen Universitas Jendral Ahmad Yani, Cimahi, Jawa Barat

A. Pendahuluan

Para pemimpin perusahaan di Indonesia dalam menerapkan kebijakan operasionalnya pada bidang *Research and Development (R & D)*, tidak sama ada yang memandang bahwa *R & D* merupakan suatu lokomotif kemajuan perusahaan, namun tidak sedikit yang berpendapat bahwa keberadaan *R & D* merupakan beban perusahaan yang mengurangi keuntungan perusahaan. Perkembangan perusahaan hanya bisa diraih jika melakukan perencanaan yang baik (Abdurohim, 2021a).

Research and Development (R & D) merupakan unit yang memiliki tanggung jawab terhadap penyusunan strategi perusahaan di masa yang akan datang baik berkaitan untuk pengembangan usaha maupun pengembangan perusahaan yang memproduksi produk dan jasa. Lingkungan bisnis eksternal terus berubah tidak bisa diantisipasi, seperti terjadinya pandemi Covid-19 banyak perusahaan yang mengalami deadlock yang berkepanjangan, karena mereka tidak memiliki pilihan strategi alternatif sehingga menerima apa adanya, bahkan solusi yang dianggap baik oleh mereka adalah melakukan penghentian sebagian karyawannya (Lin et al., 2021).

Bagi perusahaan yang memiliki *Research and Development (R & D)* yang lengkap, situasi apapun akan mampu mengatasi dengan melakukan eksperimen bisnis maupun menciptakan

BAB 12 | IMPLEMENTASI STRATEGI BIDANG PEMASARAN

Yose Ega Mulyadi, S.E., M.M.
Dosen Politeknik ATK Yogyakarta

A. Pendahuluan

Pemasaran adalah salah satu bidang yang paling krusial di dalam membangun sebuah bisnis. Bisnis dapat dikatakan sukses jika dapat menguasai pasar yang ada. Bahkan karena sangat pentingnya bidang ini, beberapa institusi pendidikan membuat manajemen pemasaran sebagai sebuah program studi tersendiri selain manajemen bisnis, pariwisata, akuntansi dan keuangan. Pemasaran tidak hanya berbicara masalah penjualan karena pemasaran dan penjualan adalah sebuah konsep yang berbeda.

Pemasaran memiliki kata dasar pasar yaitu sebuah kata benda yang berarti adalah menunjukkan suatu tempat atau lokasi untuk berjualan, sedangkan penjualan memiliki kata dasar jual yaitu sebuah kata kerja yang berarti menunjukkan suatu aktifitas yang dilakukan dua individu atau lebih. Sehingga tidak benar jadi pemasaran sama dengan penjualan. Pemasaran jauh lebih besar dari penjualan dan penjualan ada di dalam konsep pemasaran.

Pemasaran artinya menyatakan bahwa pemasaran sebagai proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan (Kotler & Keller, 2012). Lebih lanjut, manajemen pemasaran adalah suatu

BAB 13 | IMPLEMENTASI STRATEGI BIDANG KEUANGAN

Apud Abdul Aziz, S.A.B., M.M., PMTQ., CNHRP., CPI., CPS.,
CGL., CSTMI., CMPI., CJKB., CCW., CELC., CPDM., CFGIB.,
CEMM., CSMC., CHTeach., CMPyD., CNeoMg.
Dosen Politeknik LP3I Jakarta

A. Pendahuluan

Keuangan sangat menentukan bagi kesehatan perusahaan. Bagus tidaknya perusahaan, sehat tidaknya perusahaan tergantung kepada sehat tidaknya bidang keuangannya. Dalam perusahaan tentunya memiliki divisi atau departemen keuangan tersendiri. Bagian tersebut harus dapat mengelolanya dengan baik guna menjaga kesehatan perusahaan dan dinamikanya. Inti dari tujuan implementasi strategi bidang keuangan adalah bagaimana keuangan perusahaan dapat dikelola dengan baik secara efektif dan efisien.

B. Konsep Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan wajib dilakukan oleh semua pemangku (anggota organisasi) yang ada di dalamnya (Dewi, et al., 2015). Tidak akan sehat apabila anggota organisasi tidak peduli terhadap kelangsungan bisnis atau perusahaan. Contoh ada anggota organisasi yang dengan sengaja melakukan keborosan listrik, air dan sebagainya, sehingga tagihan air dan listrik menjadi membengkak. Hal ini tentunya perlu disosialisasikan bersama dan bersinergi satu sama lain demi kelangsungan perusahaan.

BAB

14

EVALUASI STRATEGI

Dr. H. Iwan Henri Kusnadi, S.Sos., M.Si.

Dosen Universitas Subang

A. Peranan Manajemen Strategi

Besarnya peranan manajemen strategis semakin banyak diakui pada masa-masa ini dibanding masa-masa sebelumnya. Dalam perekonomian global yang memungkinkan pergerakan barang dan jasa secara bebas diantara berbagai negara, perusahaan-perusahaan terus ditantang untuk semakin kompetitif. Menurut para pakar ilmu manajemen strategi bahwa proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahapan, yaitu merumuskan strategi, mengimplementasikan strategi dan mengevaluasi strategi (Fred, 2011; Michael et al., 2009; Macmillan & Tampoe, 2000). Selanjutnya, manajemen strategi merupakan seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuan (David, 2016). Lebih jauh, manajemen strategi penting sebagai suatu alat yang membuat perusahaan secara keseluruhan berjumlah lebih dari bagian-bagian dengan demikian ada unsur sinergi di dalamnya (Porter, 2008).

Berdasarkan pengertian-pengertian yang cukup luas tersebut menunjukkan bahwa manajemen strategik merupakan suatu rangkaian aktivitas terhadap pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan komprehensif, dan disertai dengan penetapan cara aplikasinya yang dibuat oleh pimpinan dan juga

BAB

15

STRATEGI MEMASUKI PASAR GLOBAL

Dr (Cand). Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M.

Dosen Universitas Telkom

A. Pendahuluan

Abad ke-21 menyatukan sejumlah perubahan di semua bidang. Pasar terus berkembang dan semakin sulit bagi bisnis untuk membedakan dari pesaing mereka dan untuk mendapatkan dan mempertahankan posisi pemimpin dalam industri mereka (Czinkota, et al., 2021; Verbeke & Lee, 2021; Wild & Wild, 2021).

Globalisasi dunia memungkinkan berbagai entitas bisnis memperluas aktivitas bisnisnya ke pasar global baik *Government to Government (G2G)*, *Business to Business (B2B)*, *Business to Consumer (B2C)* (Verbeke & Lee, 2021; Xie & Li, 2018). Entitas bisnis dalam memasuki pasar global dituntut untuk menggunakan berbagai strategi bisnis. Lingkungan bisnis internasional harus dipertimbangkan ketika memasuki pasar global sepertitingkat kompetisi global, perbedaan populasi dan Pendapatan Domestik Bruto (PDB), paritas daya beli, rantai pasok, regulasi internasional, perbedaan budaya dan hukum, sistem moneter dan transaksi internasional, perbedaan kebijakan impor, perbedaan kebijakan perpajakan, dan lain sebagainya (Geringer & Mcnett, 2019; Hill et al., 2018; Hong, 2021; Jain & Pareek, 2019; Mayhand, 2020).

Dengan memasuki pasar global maka memberikan dampak positif maupun negatif bagi entitas bisnis. Dampak

TENTANG PENULIS



Dr. Rukun Santoso, S.E., M.M., M.Si.

Lahir di Lamongan, 18 Juni 1959. Menekuni dunia manajemen sejak menjadi mahasiswa di Universitas Indonesia Jurusan Ilmu Administrasi Niaga lulus pada tahun 1997, Gelar Magister diperoleh dari Universitas Indonesia jurusan Ilmu Administrasi Fiskal lulus tahun 2003. Sedangkan gelar Doktor diraihinya di Universitas Pancasila Jurusan Ilmu Ekonomi (Strategi Bisnis) lulus tahun 2020. Dalam perjalanan karirnya, beliau menjadi direktur keuangan di perusahaan BUMN dan juga swasta. Penulis juga aktif dalam dunia politik dan pernah menjadi Ketua Fraksi DPRD DKI Jakarta. Selain itu aktif di berbagai organisasi, di antaranya ketua umum ASPEKINDO, Wakil Ketua di DPP HKTI, Wakil Ketua SAHI, Wakil Ketua ISEI DKI Jakarta, Dewan Pembina Masika ICMI, Dewan Pertimbangan Iluni Universitas Indonesia, Dewan Pembina di Yayasan Wakaf Ummul Mukminin, Wakil Ketua Koperasi KSU SAHI MAJU BERSAMA, Dewan Pertimbangan K-MERSII, Sekarang aktif menjadi dosen tetap di Program Pasca Sarjana Universitas Islam Jakarta, dosen terbang di Pascasarjana Institut STIAMI, dosen terbang di Fakultas Ekonomi Universitas Pancasila dan sebagai dosen terbang di berbagai kampus lainnya, aktif dalam menulis buku, jurnal nasional maupun internasional.
Email: rukunsantoso1859@gmail.com



Lilik Sofianiyatin, S.H.I, M.Si.

Merupakan Dosen Manajemen pada Program Studi Perbankan Syariah IAI Ngawi sejak tahun 2020. 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 aktif dalam organisasi NU baik Muslimat ataupun Fatayat . Buku ini

adalah karya kedua penulis. Penulis juga pernah menulis pada jurnal INVESTAMA milik program studi Ekonomi Syariah IAI Ngawi.

Email: lilik@iaingawi.ac.id



Ahmad Maulidizen, S.E.Sy., M.Sh.

Lulus S1 di Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2014, lulus S2 di Program *Master of Shariah*, University of Malaya tahun 2016 dan sedang menyelesaikan S3 di Program Doktor Pengkajian Islam bidang Ekonomi di Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah. Penulis merupakan dosen tetap Program Studi ManajemenSTIMIK ESQ. Penulis juga merupakan *Associate Wealth Planner Syariah* dari FPSB Indonesia, dan Dewan Pengawas Syariah Sertifikasi MUI. Selain itu, penulis telah publikasi artikel di jurnal bereputasi dan reviewer pada jurnal akreditasi dan Internasional seperti *European Journal of Islamic Finance* dan *Malaysia Journal of Syariah and Law*.

Email: ahmad.maulidizen@esqbs.ac.id



Dr. Apriyanti, S.E., M.M.

Lahir di Nganjuk, 9 April 1973 Menekuni bidang manajemen sejak menjadi mahasiswa di Jurusan Manajemen STIE Malangkucecwara Malang lulus pada tahun 1997. Gelar Magister diperoleh di Universitas Diponegoro Semarang lulus tahun 2002 Sedangkan gelar Doktor Ilmu Ekonomi diraihnya di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya lulus tahun 2022. Dalam perjalanan karirnya, berawal dari Malang menjadi staf pengajar di Lembaga Pendidikan dan ketrampilan, kemudian berlanjut menjadi staf pengajar pada Universitas Dianuswantoro Semarang, dan sekarang menjadi Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun, serta aktif di beberapa organisasi sosial sebagai pengurus dan aktif dalam menulis jurnal nasional maupun internasional.

Email: kelip.apriyanti94@gmail.com



Dr. Fifi Permata Sari, S.P., M.Si.

Merupakan Dosen pada Program Studi Ekonomi Pertanian program Pascasarjana Universitas Baturaja. 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 bernama Dr. Fifi Permata Sari, S.P., M.Si., merupakan tenaga pengajar (dosen tetap) pada program pascasarjana (S2) program studi ekonomi pertanian, universitas baturaja sumatera Selatan. Penulis menyelesaikan S1, S2 dan S3 di Universitas Sriwijaya pada program studi agribisnis dan konsentrasi agribisnis dan ekonomi pertanian. Penulis banyak menekuni beberapa kajian berkaitan dengan ekonomi pertanian, pembiayaan agribisnis, metodologi penelitian, manajemen SDM, manajemen strategi, ekonomi kreatif dan entrepreneurship. Buku terbaru yang dihasilkan di tahun 2020, yaitu “meraup keuntungan melalui pengolahan limbah pangan (analisa biaya dan rencana bisnis)” merupakan hasil kajian penelitian yang memenangkan ajang inovator sumsel 2020 berkaitan dengan teknologi pengolahan ampas kedelai menjadi abon dan Pupuk Organik Cair (POC).

Email: fifiapermatasari@gmail.com



Mohammad Sihab, Ph.D., CPHCM.

Dosen di FEB Untag Surabaya (S1, S2, S3) dan pernah sebagai ketua program studi Magister Manajemen di kampus yang sama. Pendiri dan ketua Pusat Studi Ekonomi dan Masyarakat (CEMIDS) LPPM Untag Surabaya lebih dari 15 tahun lalu. Memperoleh Doctor of Philosophy (Ph.D) dari School of Management, University of Southampton, England, UK, 2015, penulis telah mempublikasikan lebih dari 30 manuskrip di Jurnal Internasional dan telah mempresentasikan paper di berbagai Conference Internasional di Jepang, Malaysia, Inggris, dan Thailand. Beberapa

Book Chapter telah terbit yang penulis telah hasilkan, di antaranya Kampus Merdeka: menuju Kampus yang Adaptif Berdaya Saing Global. Saat ini sedang menyiapkan penulisan buku tentang strategic management dengan penerbit Internasional yakni Cambridge Publishing, UK. Penulis juga Reviewer di Jurnal Internasional (scopus) dan Conference Internasional.

Email: shihab@untag-sby.ac.id



Monica Rosiana, S.E., M.Si.

Penulis merupakan Dosen Manajemen Pemasaran pada Program Studi Manajemen Universitas Jenderal Soedirman sejak tahun 2019. 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. 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: monicarosiana@unsoed.ac.id



Dr. Drs. Kosasih, M.M.

Penulis merupakan Dosen Ilmu Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Sangga Buana. 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 dalam bidang usaha koperasi dan perangkat telekomunikasi. Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya Manajemen Strategik, Manajemen Sumber Daya Manusia adalah Teori & Praktik, teori manajemen soal-soal dan jawaban.

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: kosasih.dr@gmail.com



Estu Mahanani, S.P., M.M.

Penulis menyelesaikan studi S1 IPB Program studi Agribisnis tahun 2001. Kemudian S2 UPI Y.A.I. tahun 2007. Saat ini sedang menyelesaikan disertasi di UPI Y.A.I. Penulis merupakan Dosen Manajemen Pemasaran dan MSDM pada Program Studi S1 Manajemen, FEB UPI Y.A.I. sejak tahun 2008. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, penulis mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosendi bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis juga pernah sebagai peneliti di LPEM-FEUI, Lembaga Riset Indonesia, ASEI Persero, Konsultan dan praktisi di perbankan dan asuransi. Beberapa kolaborasi buku antara lain: Manajemen Pemasaran: Implementasi Strategi Pemasaran di Era *Society 5.0*, Kewirausahaan: Panduan Menjadi Wirausaha di Era Society 5, Manajemen Strategik, Buku Pelayanan Bisnis Digital, *Business and Digital Economy*, Pengantar Bisnisdan buku Bisnis Internasional. 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: mahananiestu3@gmail.com



Dr. Ir. Dyanasari, M.B.A.

Penulis merupakan Dosen pada Program Studi Pasca Sarjana Universitas Tribhuwana Tungadewi. Karir dosen di universitas ini ditekuninya sejak 2004. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan diri 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 mempunyai pengalaman bekerja sebelumnya di PT HERO, Spm, TBK dan AHOLD selama 17 tahun. Lebih dari tiga puluh buku telah penulis hasilkan. 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: dyana_sari@yahoo.com



Dr. Abdurohim, S.E., M.M.

Kelahiran Cirebon (Jawa Barat) 12 April 1964, berkecimpung sebagai praktisi Perbankan selama 31 tahun pada PT Bank Papua, dengan jabatan terakhir *Vice President* pada Divisi Perencanaan Strategis (Renstra). Keahlian yang dimiliki adalah Audit Perbankan, Perencanaan Strategis, Pemasaran, *Managemen Human Capital*, Penyusunan BPP & SOP dan Struktur Organisasi Perusahaan Perbankan. Pendidikan S3 Ilmu Manajemen dari Universitas Cendrawasih (2017), Pendidikan S2 Manajemen Keuangan dari Universitas Hasanudin (2003), dan Pendidikan S1 Manajemen Keuangan & Perbankan dari STIE YPKP Bandung (1989). Saat ini sebagai pengajar/dosen Lektor pada Universitas Jendral Ahmad Yani, Cimahi, Jawa Barat. 21 Buku sudah terbit Ber ISBN & HKI, di antaranya: *E-Comerce* (Strategi dan Inovasi Bisnis berbasis Digital), *Analisa Laporan Keuangan, Anggaran Operasional Perusahaan Manufaktur, Bank dan lembaga Keuangan Lainnya, Etika Bisnis Suatu Pengantar, HRM in Industri 5.0, Isu-Isu Kontemporer Akuntansi Manajemen, Kesehatan Lingkungan suatu pengantar, Knowledge Management, Marketing Tourism Service, Menakar Ekonomi masa pademi & New normal, New Normal Era Edisi II, Operations Management, Tantangan Pendidikan Indonesia di Masa depan, Teori dan Praktik Manajemen Bank Syariah Indonesia, The Art of Branding, Pasa Modal Syariah, Manajemen Pemasaran (Implementasi Strategi Pemasaran du Era Society 5.0),*

bunga rampai Kebijakan Perpajakan di Indonesia di masa Pandemi Covid-19, Implementasi Pengelolaan Keuangan Daerah (Tata Kelola Menuju Pemerintahan yang Baik), Manajemen Keuangan Dasar. Telah mengikuti pendidikan/Lulus: Sekolah Pimpinan Bank (Sespibank), Sekolah Pemimpin Cabang (Pinca), Manajemen Risiko level 4, Keuangan Berkelanjutan (SDGs).

Email: Abdurrohim@mn.Unjani.ac.id



Yose Ega Mulyadi, S.E., M.M.

Penulis merupakan seorang dosen luar biasa untuk mata kuliah kewirausahaan pada program studi Teknologi Penyamakan Kulit Politeknik ATK Yogyakarta. Selain aktif mengajar sebagai dosen luar biasa, Penulis juga masih aktif bekerja sebagai general manager PT Karya Wiyosa Abadi yang bergerak di bidang distribusi dan agen tunggal kimia untuk industri tekstil dan penyamakan kulit sejak tahun 2011 hingga saat ini. Dalam perusahaan tersebut, penulis aktif bekerja sebagai generasi kedua perusahaan keluarga. Selain itu, penulis juga aktif menjalankan beberapa usaha seperti sewamai nananak, F&B dan Fashion.

Email: yozhe.marketing@gmail.com



Apud Abdul Aziz, S.A.B., M.M., PMTQ., CNHRP., CPI., CPS., CGL., CSTMI., CMPL., CJKB., CCW., CELC., CPDM., CFGIB., CEMM., CSMC., CHTeach., CMPyD., CNeoMg.

Kelahiran di Bekasi, suka mengenakan kacamata hitam ini sedang menempuh Pendidikan Sarjananya, jurusan Ilmu Hukum di Universitas Mpu Tantular, Jakarta. Berdomisili di Kp Ceper, hobinya memasak, ngerujuk dan jalan-jalan, sangat menjunjung tinggi nilai dedikasi yang sudah beliau tanamkan sejak lama. Bekerja sebagai praktisi di PT SONTON FOOD INDONESIA, dengan atasannya Bapak Hendrik Taufan dan Bapak Anwar Sadat selaku Direkturnya. Jumat malam

dan Sabtu mengajar sebagai Dosen Praktisi di salah satu perguruan tinggi daerah Cikarang.

Email: apudazz@yahoo.com



Dr. H. Iwan Henri Kusnadi, S.Sos., M.Si.

Penulis merupakan Dosen Bidang ilmu Administrasi Publik dan Kebijakan Publik Pada Program Studi Ilmu Administrasi Negara pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Subang. 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 ilmu administrasi publik, manajemen sumber daya manusia, manajemen strategi, sistem administrasi negara republik indonesiaa, ekonomi kreatif, dan lain-lain. 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/Loka karya tertentu.

Email: iwanhenri01@gmail.com



Dr (Cand). Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M.

Penulis merupakan dosen tetap Universitas Telkom. Sarjana Ekonomi (SE) Universitas Padjadjaran, Magister Sains (MSi) Universitas Padjadjaran dan Magister Manajemen (MM) Universitas Pasundan. Saat ini penulis sedang melanjutkan studi Doktor Ilmu Manajemen di prodi Manajemen Universitas Pasundan. Penulis memiliki kepakaran di bidang manajemen sumber daya manusia, manajemen pemasaran, dan manajemen strategik. Penulis memiliki pengalaman praktisi pemasaran di Citibank dan di PT Entitas bisnis Gas Negara Tbk serta sebagai konsultan di beberapa BUMN dan Kementerian RI. Penulis lebih dari 250 buku dalam

bidang manajemen bisnis. Penulis memiliki sertifikasi penulis buku Non-Fiksi dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) RI.
Email: adityawardhana@telkomuniversity.ac.id



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 : EC00202251328, 7 Agustus 2022

Pencipta

Nama : **Rukun Santoso, Lilik Sofianiyatin dkk**

Alamat : Jati Padang Poncol III/21, RT/RW 003/008, Kel. Jati Padang, Kecamatan Pasar Minggu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 15420, Jakarta Selatan, DKI JAKARTA, 15420

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Rukun Santoso, Lilik Sofianiyatin dkk**

Alamat : Jati Padang Poncol III/21, RT/RW 003/008, Kel. Jati Padang, Kecamatan Pasar Minggu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 15420, Jakarta Selatan, DKI JAKARTA, 15420

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Buku**

Judul Ciptaan : **Konsep Dan Implementasi Manajemen Strategi**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 6 Agustus 2022, di Purbalingga

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

Nomor pencatatan : 000367060

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

Anggoro Dasananto
NIP.196412081991031002

Disclaimer:

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