



Regulasi
KEBIJAKAN
BISNIS
INDONESIA

EKA SANTI AGUSTINA, S.Sos.,MM.,CIQaR.,CIQnR

Regulasi KEBIJAKAN BISNIS INDONESIA

Dalam dunia bisnis terdapat aturan dan serangkaian tatanan hukum yang berlaku untuk mengatur berjalannya bisnis dalam suatu negara. Di Indonesia regulasi terkait bisnis meliputi merek, perlindungan konsumen, hingga larangan monopoli. Regulasi dijadikan patokan dalam berkembangnya ekosistem usaha di suatu negara dengan tetap memperhatikan kondisi perekonomian global secara umum.

Trigulasi Kebijakan Bisnis yang merupakan pedoman yang dikembangkan oleh organisasi perusahaan untuk mengukur tindakannya. Mereka menentukan Batasan-batasan di mana keputusan harus dibuat. Kebijakan bisnis berkaitan dengan perolehan sumber daya yang dengannya tujuan organisasi dapat dicapai. Kali ini kita akan membahas dengan Bahasa yang lebih mudah dipahami oleh para pembaca, terutama bagi para mahasiswa terkait dengan pokok-pokok materi sebagai berikut: Kebijakan Bisnis, Strategi Bisnis, Manajemen Strategi, Usaha Kecil Menengah, Konsep Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis, Herarki Bisnis, Proses Kebijakan Strategi Bisnis, dan Analisis SWOT dan Analisis Bersaing. Hal ini tentunya biasa digunakan pada sebuah perusahaan dan untuk perekonomian di Indonesia.



☎ 0858 5343 1992
✉ eurekamediaakhara@gmail.com
📍 Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362



REGULASI KEBIJAKAN BISNIS INDONESIA

Eka Santi Agustina, S.Sos., M.M., CIQaR., CIQnR.



eureka
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

REGULASI KEBIJAKAN BISNIS INDONESIA

Penulis : Eka Santi Agustina, S.Sos., M.M., CIQaR., CIQnR.

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Endar Widi Sugiyo

ISBN : 978-623-487-212-5

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, OKTOBER 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 : eurekamediaaksara@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

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, Maha Perkasa, Maha Mulia, Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Hanya kepada Engkaulah kami menyembah dan hanya kepada Engkaulah kami memohon pertolongan. Milik Allah apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi, dan (pengetahuan) Allah meliputi segala sesuatu. Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan Allah kepada Nabi Muhammad saw. Juga, kepada para nabi yang lain, keluarga mereka semua, dan orang-orang yang saleh.

Alhamdulillah berkat rahmat dan inayah-Nya, buku yang berjudul "Kebijakan Strategi Bisnis Indonesia" ini dapat disusun dan diterbitkan. Buku ini menyajikan beberapa argument, kajian dari berbagai pemahaman, teori, alat analisis, kebijakan-kebijakan serta sudut pandang dari bisnis.

Buku ini dibuat sebagai salah satu rujukan bagi mahasiswa Bisnis, dan dapat memperkaya referensinya dalam mempelajari berbagai macam kebijakan dan system dalam analisis bisnis. Uraian buku ini disajikan secara sederhana, dengan maksud agar mudah untuk dipelajari dan dipahami oleh para pembaca, khususnya bagi mahasiswa Bisnis dan juga pihak-pihak lainnya yang membutuhkan.

Dalam kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi atas terwujudnya buku ini. Secara khusus penghargaan disampaikan kepada kedua orang tua atas kesabaran, pengertian dan dorongan yang selalu memahami penulis dalam suka dan duka. Kepada saudari tersayang Eva Nurjanah yang turut serta dalam memberikan dukungan. Tidak lupa juga kepada ketiga putri tercinta Fatimah Adiva Noor, Khaisha Nur Safwana, dan Hannyfa Syakira Nur Arsy, semoga taburan rahmat dan inayah Allah swt senantiasa menyertainya.

Merupakan suatu kehormatan bagi penulis, jika ada tegur sapa dari berbagai pihak dalam bentuk tanggapan, kritik, dan saran sebagai masukan untuk menyempurnaan buku ini. Semoga buku ini bermanfaat. Akhirnya, segala puji bagi Allah, Tuhan seluruh alam. *Billahi taufik wal hidayah.*

Barabai, September 2022

Eka Santi Agustina

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 KEBIJAKAN BISNIS	1
A. Definisi Kebijakan Bisnis	1
B. Implementasi Kebijakan.....	4
C. Faktor Keberhasilan Implementasi	5
D. Penghambat Implementasi.....	5
BAB 2 STRATEGI BISNIS	7
A. Definisi Strategi Bisnis	7
B. Fungsi Strategi Bisnis.....	18
C. Keahlian Penyusunan Strategi Bisnis.....	21
D. Prinsip, Ciri, Langkah Dan Strategi Bisnis Menurut Para Ilmuan	22
E. Jenis-Jenis Strategi Alternatif	27
F. Cara Mencapai Startegi Bisnis	30
BAB 3 MANAJEMEN STRATEGI	32
A. Pengertian Manajemen Strategi.....	32
B. Komponen Manajemen Strategi	41
C. Model Manajemen Startegi	42
BAB 4 USAHA KECIL MENENGAH	44
A. Mikro.....	44
B. Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah.....	48
C. Masyarakat Ekonomi ASEAN	50
D. Koperasi.....	52
BAB 5 KONSEP MANAJEMEN STRATEGI DAN KEBIJAKAN BISNIS	56
A. Hakikat Strategi	56
B. Kebijakan Bisnis Dan Investasi.....	61
C. Kebijakan Usaha Bagi Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia	63
D. Kajian Kebijakan Regulasi Praktik Bisnis Inklusi	65
E. Kebijakan Pemerintah Dalam Membangun Daya Saing UMKM Di Indonesia.....	68
F. Usaha Pemerintah Di Era Pandemi	70

G. Dampak Kebijakan Pemerintah Terhadap Bisnis	79
H. Kebijakan Bidang Usaha	84
BAB 6 HERARKI STRATEGI.....	88
A. Filosofi Herarki Strategi	88
B. Korporat Strategi.....	90
C. <i>Business Strategy</i> (Strategi Bisnis)	92
D. <i>Functional Strategy</i> (Strategi Fungsional)	94
BAB 7 PROSES KEBIJAKAN STRATEGI BISNIS.....	97
Model Proses	97
BAB 8 ANALISIS SWOT DAN ANALISIS BERSAING.....	106
A. Analisis SWOT.....	106
B. Analisis Bersaing.....	116
DAFTAR PUSTAKA	118
TENTANG PENULIS.....	122

BAB

1

KEBIJAKAN BISNIS

A. Definisi Kebijakan Bisnis

Kebijakan (Harbani Pasolong, 2010: 38) merupakan alternatif yang siap dipilih berdasarkan prinsip-prinsip tertentu. kebijakan merupakan suatu hasil analisis yang mendalam terhadap berbagai alternatif yang bermuara kepada keputusan tentang alternatif terbaik.

Kebijakan (Edi Suharto, 2012:7) adalah prinsip atau cara bertindak yang dipilih untuk mengarahkan pengambilan keputusan. Menurut Elau dan Prewitt (Edi Suharto, 2012:7), kebijakan adalah sebuah ketetapan yang berlaku yang dicirikan oleh perilaku yang konsisten dan berulang, baik dari yang membuatnya maupun yang mentaatinya (yang terkena kebijakan itu). Titmuss (Edi Suharto, 2012:7) mendefinisikan kebijakan publik sebagai prinsip-prinsip yang mengatur tindakan yang diarahkan kepada tujuan-tujuan tertentu. Kebijakan, menurut Titmuss, senantiasa berorientasi kepada masalah (*problem-oriented*) dan berorientasi kepada tindakan (*action-oriented*). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kebijakan adalah suatu ketetapan yang memuat prinsip-prinsip untuk mengarahkan cara-cara bertindak yang dibuat secara terencana dan konsisten dalam mencapai tujuan tertentu.

Secara umum kebijakan atau *policy* dipergunakan untuk menunjukkan perilaku seseorang aktor misalnya seorang pejabat, suatu kelompok, maupun lembaga tertentu untuk memecahkan masalah yang sedang dihadapi. Pada dasarnya terdapat banyak

BAB

2

STRATEGI BISNIS

A. Definisi Strategi Bisnis

Dalam berbisnis seorang wirausahawan dituntut agar mampu membuat dan memiliki strategi yang *best*, karena strategi yang digunakan tersebut akan memberikan kontribusi dan pengaruh yang cukup besar terhadap kelangsungan hidup usaha. Mengingat dalam dunia usaha seorang wirausahawan akan menemui berbagai variabel-variabel eksternal yang mempengaruhinya seperti: kebijakan, keputusan bahan baku yang digunakan, Sumber daya pengelolah, kebijakan manajemen usaha, termasuk timbulnya pesaing atau pencipta produk baru yang menyerupai barang yang kita produksi. Pada saat kondisi seperti itulah sangat diperlukan strategi yang tepat dalam mengambil keputusan maupun langkah-langkah tertentu untuk mempertahankan usahanya tersebut. Strategi bersaing juga diperlukan terkait dengan teknik atau cara-cara yang akan dilakukan untuk pengembangan usaha.

Strategi bisnis terdiri dari dua kata, yaitu strategi dan bisnis. Kata strategi bisa diartikan sebagai siasat atau ilmu perang. Kata strategi bisa dihubungkan dengan kata lainnya, seperti strategi bisnis, strategi perang, strategi belajar, strategi komunikasi, strategi pemasaran dan masih banyak lainnya. Sedangkan bisnis bisa diartikan sebagai usaha, dagang dan bekerja untuk mencari keuntungan. Maka, dapat difahami strategi bisnis adalah siasat dalam berdagang.

Strategi berasal dari kata Yunani *strategia* yang berarti ilmu perang atau panglima perang. Berdasarkan pengertian ini,

BAB 3

MANAJEMEN STRATEGI

A. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategis adalah seni dan ilmu penyusunan, penerapan, dan pengevaluasian keputusan-keputusan lintas fungsional yang dapat memungkinkan suatu perusahaan mencapai sasarannya. Manajemen strategis adalah proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran tersebut, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi.

Manajemen strategis mengkombinasikan aktivitas-aktivitas dari berbagai bagian fungsional suatu bisnis untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen strategis adalah seni dan ilmu penyusunan, penerapan, dan pengevaluasian keputusan-keputusan lintas fungsional yang dapat memungkinkan suatu perusahaan mencapai sasarannya. Manajemen strategis adalah proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran tersebut, serta

mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi. Manajemen strategis mengkombinasikan aktivitas-aktivitas dari berbagai bagian fungsional suatu bisnis untuk mencapai tujuan organisasi.

Manajemen Strategi adalah seni dan ilmu penyusunan penerapan, dan pengevaluasian keputusan-keputusan lintas

BAB 4

USAHA KECIL MENENGAH

A. Mikro

Teori ekonomi mikro mula-mula dikembangkan oleh ahli-ahli ilmu klasik pada abad ke 18 mikro berasal dari kata Yunani. *Micros*, artinya kecil. Teori mikro sama dengan tidak berarti bahwa teori harga kecil atau tidak penting. Teori ekonomi mikro sering mendapat perhatian lebih besar daripada teori ekonomi makro. Ekonomi mikro membicarakan tentang unit-unit individu seperti perusahaan dan rumah tangga mengalokasikan pendapatannya untuk membeli barang-barang dan jasa-jasa yang beranekaragam. Teori ini juga akan mempelajari ekonomi secara khusus maksudnya membahas tentang aktivitas ekonomi dari suatu satuan ekonomi dari keseluruhan seperti konsumen, pemilik faktor-faktor produksi, tenaga kerja, perusahaan, industri dan lain sebagainya⁵³

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa ilmu ekonomi mikro merupakan bagian dari ilmu ekonomi yang mempelajari perilaku individu dalam membuat keputusan-keputusan yang berhubungan dengan aspek-aspek ekonomi. Individu dimaksud seperti konsumen, pemilik sumber-sumber daya dan perusahaan dalam perekonomian pasar bebas.⁵⁴

Adapun ruang lingkup dari ekonomi mikro adalah mempelajari tentang kegiatan ekonomi dari masing masing unit ekonomi seperti:

⁵³ Aisyah dan Siti Khadijah Yahya Hiola, *Ekonomi Mikro : Aplikasi dalam Bidang Agribisnis*, (Makassar : CV. IntiMediatama, 2017), hal 4-5

⁵⁴ *Ibid.*, hal 5

BAB 5

KONSEP MANAJEMEN STRATEGI DAN KEBIJAKAN BISNIS

A. Hakikat Strategi

Hakikat dari strategi dan kebijakan bisnis akan bisa diraih melalui pemahaman secara mendalam tentang definisi yang dikemukakan oleh berbagai pakar. Strategi dan kebijakan bisnis merupakan keputusan yang dibuat pada level manajemen puncak. Keputusan yang bersifat menyeluruh ini akan mendasari berbagai keputusan yang bersifat strategis dan tentunya sangat memerlukan kecermatan dalam merumuskan ataupun menjabarkannya. Dengan merumuskan strategi, berarti perusahaan telah membuat formulasi tentang apa yang harus dilakukan dalam bisnis. Penjabarannya diperlukan agar strategi dan kebijakan tersebut lebih mudah untuk diaplikasikan. Dalam pengertian umum, istilah manajemen strategi dan kebijakan bisnis sering menjadi rancu. Para mahasiswa acap kali mengalami kesulitan untuk membedakan antara strategi korporat (strategi pada level puncak perusahaan) dan strategi fungsional di bidang pemasaran. Apalagi, intensitas topik yang disajikan di berbagai media massa Indonesia memang lebih banyak berbicara tentang strategi pemasaran daripada strategi pada level manajemen puncak. Oleh karena itu, sebagai langkah awal untuk memahami perkuliahan ini, mahasiswa perlu menguasai proses, konten, serta konteks strategi dan kebijakan bisnis. Modul ini dilengkapi dengan gambaran secara menyeluruh tentang konsep manajemen strategi dan kebijakan bisnis dalam perspektif pemikiran yang dikemukakan oleh berbagai pakar kebijakan bisnis.

BAB 6

HERARKI STRATEGI

A. Filosofi Herarki Strategi

Bertolak dari pengertian strategi dan kebijakan bisnis yang telah dipahami pembaca, tampak bahwa mulai dari perumusan suatu strategi hingga operasionalisasi pelaksanaan atau implementasinya terdapat beberapa tingkatan strategi. Dalam kegiatan belajar ini, para mahasiswa diharapkan memiliki wawasan yang lebih luas tentang tingkatan strategi serta mampu melihat siapa sebenarnya yang memiliki tanggung jawab atas pengelolaan strategi perusahaan. Tanggung jawab ini tentunya tergantung pada besar kecilnya perusahaan. Bagi perusahaan kecil atau yang baru berdiri, pihak pendiri biasanya menentukan strategi dan kebijakan perusahaan. Usaha yang dijalankan perusahaan yang demikian barangkali juga baru mencakup satu bidang (unit) usaha. Sebagai unit bisnis tunggal, tempat sang pendiri merangkap sebagai manajer puncak, tingkatan strategi juga masih cukup sederhana. Tanggung jawab manajemen puncak dalam perusahaan mencakup berbagai tahapan proses manajemen strategis. Manajer menganalisis lingkungan, merumuskan strategi, menjabarkan kebijakan, dan mengoperasionalkan kebijakan tersebut dalam bentuk program, prosedur, dan anggaran perusahaan dengan segala kemampuan dan pengalamannya.

Semakin berkembang suatu perusahaan—ketika fungsi-fungsi perusahaan diserahkan kepada para manajer fungsional—tanggung jawab strategi bisa dibagikan kepada para manajer tersebut. Pihak manajemen puncak tidak lagi harus

BAB 7

PROSES KEBIJAKAN STRATEGI BISNIS

Model Proses

Proses strategi berkaitan dengan sederet pertanyaan yang mencakup bagaimana dan kapan suatu strategi dirumuskan; siapa yang akan merumuskannya; apakah strategi perlu dibuat, dianalisis, dan diimplementasikan; bagaimana mengevaluasi keberhasilan strategi; dan siapa saja yang terlibat dalam berbagai aktivitas tersebut. Pada umumnya, buku teks strategi dan kebijakan bisnis menggambarkan strategi sebagai suatu proses yang meliputi tahapan analisis lingkungan, formulasi strategi, implementasi strategi, hingga evaluasi dan pengawasan strategi. Pada tahapan proses awal, adanya analisis lingkungan mengarah pada identifikasi tentang peluang dan tantangan bisnis yang dihadapi dari lingkungan eksternal perusahaan serta posisi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki berdasarkan analisis lingkungan internal organisasi perusahaan. Pada tahap formulasi, strategi visi dan misi perusahaan akan mendasari tujuan dan strategi yang akan dipilih ataupun kebijakan yang akan diambil oleh pihak manajemen perusahaan. Pada tahap implementasi, strategi yang telah dirumuskan kemudian dijabarkan dalam bentuk program ataupun prosedur pelaksanaan beserta anggaran yang diperlukan dengan mempertimbangkan faktor kepemimpinan dan budaya organisasi serta pemanfaatan sistem informasi yang menunjang pelaksanaan strategi dan kebijakan perusahaan. Akhirnya, pada tahap evaluasi dan pengawasan, di samping ditetapkan standar keberhasilan strategi, juga dianalisis tentang kesenjangan yang terjadi di antara perumusan dan implementasi strategi serta penentuan proses

BAB 8

ANALISIS SWOT DAN ANALISIS BERSAING

Dalam kegiatan belajar berikut ini, kami mengajak Anda untuk menitik lebih dalam menggarungi proses tersebut, mulai dari proses awal menuju perumusan suatu strategi. Untuk memudahkan langkah suatu perusahaan dalam merumuskan strategi dan kebijakan usahanya, diperlukan beberapa alat analisis strategis berupa analisis SWOT, analisis bersaing, dan analisis portofolio. Berbagai alat analisis ini diperlukan agar mahasiswa memperoleh suatu gambaran tentang profil atau semacam potret diri dari perusahaan tersebut dalam keberadaannya di tengah lingkungannya. Pemahaman atas posisi keberadaan ini amatlah penting. Hal ini dilakukan agar perusahaan tidak terjebak pada pertimbangan intuitif semata yang sering kali jauh dari realitas yang sedang dihadapi dalam merumuskan strategi.

A. Analisis SWOT

1. Definisi SWOT

Hampir setiap perusahaan maupun pengamat bisnis dalam pendekatannya banyak menggunakan analisis SWOT. Kecenderungan ini tampaknya akan terus semakin meningkat, terutama dalam era perdagangan bebas abad ke 21, yang mana satu sama lain saling berhubungan dan saling bergantung.¹ Demikian juga dengan industri lembaga keuangan seperti BMT juga menggunakan analisis SWOT. Penggunaan analisis SWOT ini sebenarnya telah muncul sejak ribuan tahun yang lalu dari bentuknya yang paling sederhana yaitu dalam rangka menyusun strategi untuk

DAFTAR PUSTAKA

- Kebijakan dan Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah dalam Pembangunan Nasional*. (2018). (n.p.): Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Pengantar Strategi Bisnis*. (2021). (n.p.): Insan Cendekia Mandiri.
- Manajemen Strategis*. (2020). (n.p.): Nas Media Pustaka.
- Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. (2019). (n.p.): SAH MEDIA.
- Noeng Muhadjir, *Ilmu pendidikan dan Perubahan Sosial. Teori Pendidikan Pelaku Sosial Kreatif*. Yogyakarta: Raka Sarasin, 2000
- Heinz Wehrich and Harold Koontz, *Management A.Global Perspective Tent Edition* (New York: McGraw-Hill, Inc., 1993)
- Amin Priatna, Disertasi “Analisis Implementasi Kebijakan Kesejahteraan Dosen pada Universitas Pendidikan Indonesia, Paca Sarjana UNJ, tahun 2008
- Harold Koontz, Cyril O’Donell, and Heinz Wehrich, *Management Eighth Edition* (New York: McGraw-Hill Book Company, 1992)
- William C. Frederick, Keith Davis and James E. Post, *Business and Society, Coorporate Strategy, Public Policy, Ethics, Sixth Edition* (New York: McGraw-Hill Publishing Company, 1998), p. 11
- Noeng H, Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kebijakan dan Evaluasi Reseach* (Yogyakarta: Rake Sarakin, 2003) p.90
- Iskandarwassid dan Dadang Sunendal, *Strategi Pembelajaran Bahasa* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2008), 2.
- Fred R. David, *Manajemen Strategi: Konsep dan Teori*, edisi 10, 15

- Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002)
- Louis E. Boone dan David I. Kurtz, *Contemporary Business* (Pengantar Bisnis Kontemporer) (Jakarta: Salemba Empat, 2007)
- Ismail Nawawi Uha, *Kewirausahaan Bisnis Kontemporer* (Jakarta: VIV Press, 2013), 3.
- Yusanto, *Menggagas Bisnis...*, 15.
- Abdul Wahid al-Faizin dan Nashr Akbar, *Tafsir Ekonomi Kontemporer (Kajian Tafsir Alquran tentang Ekonomi Islam)* (Jakarta: Madani Publishing House, 2010)
- Bukhari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bangdung: Alfabeta, 1997)
- Gunardi Endro, *Redefinisi Bisnis; Suatu penggalian Etika Keutamaan Aristoteles* (Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1999)
- K. Berten, *Pengantar Etika Bisnis* (Yogyakarta: Kanisius, 2000)
- Indriyo Gito Sudarmo, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: BPFE, 1999), 3 - 4.
- Mahmud dan Anomsari, *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Kawasan Usaha Barito Semarang)*, Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan 2011 (Semantik 2011), 2011
- Andwiani Sinarasri, *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Pedagang Kaki Lima Bidang Kuliner di Semarang)*, Prosiding Seminar Nasional 2013 Menuju Masyarakat Madani dan Lestari, 2013
- Rahayu Puji Suci, *Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis*

(Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur), Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.11, No. 1, Maret 2009

Rakhma Oktavina, *Model Manajemen Strategis Evaluasi Kinerja Usaha Mikro dan Kecil Makanan Ringan*, Jurnal Ekonomi Bisnis, No. 2 Vol. 14, Agustus 2009

Porter, Michael E., *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors: With a New Introduction*, Free Press, New York, 1980

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta, 2010

Kertajaya, Seri 9 Elemen Marketing: *On Segmentation* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2004

Veithzal Rivai dkk, *Islamic Business an economic Ethics* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012)

Kertajaya, Seri 9 Elemen Marketing: *On Positioning* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2004)

Astamoen, *Entrepreneur dalam Perspektif Kondisi Bangsa Indonesia* (Bandung: Alfabeta, 2005)

Aisyah dan Siti Khadijah Yahya Hiola, *Ekonomi Mikro: Aplikasi dalam Bidang Agribisnis*, (Makassar: CV. IntiMediatama, 2017)

Purdi E, Chandra, *Trik Sukses Menuju Sukses*, Yogyakarta: Grafika Indah, 2000

Muhammad Khusaini, *Ekonomi Mikro: Dasar-Dasar Teori*, (Malang: UB Press, 2013)

TulusTambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia (Isu-Isu Penting)*, Jakarta: LP3ES, 2012

M. Kwartono Adi, *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*, Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2007

[http://menkokesra.go.id/Hasil Rakor Tingkat Menteri SNPk dan Penanggulangan Kemiskinan melalui Pemberdayaan Masyarakat](http://menkokesra.go.id/Hasil_Rakor_Tingkat_Menteri_SNPk_dan_Penanggulangan_Kemiskinan_melalui_Pemberdayaan_Masyarakat)

<https://kemenkumham.go.id/berita/menkumham-bebaf-diskusikan-kebijakan-bisnis-dan-investasi>

<https://pressroom.ifc.org/all/pages/PressDetail.aspx?ID=21877>

<https://ylki.or.id/2015/05/kajian-kebijakan-regulasi-praktik-bisnis-inklusi/>

<http://new.widyamataram.ac.id/content/news/kebijakan-pemerintah-dalam-membangun-daya-saing-umkm-di-indonesia#.YyEooXZBy5c>

<https://djpb.kemenkeu.go.id/direktorat/ppkblu/id/data-publikasi/berita-terbaru/611-usaha-pemerintah-di-era-pandemi.html>

<https://midtrans.com/id/blog/dampak-kebijakan-pemerintah-terhadap-bisnis>

<https://feb.ub.ac.id/id/inovasi-kebijakan-mendesak.html>

[https://www.antikorupsi.org/id/article/kebijakan-pcr-yang-menguntungkan-kelompok-bisnis-tertentu,](https://www.antikorupsi.org/id/article/kebijakan-pcr-yang-menguntungkan-kelompok-bisnis-tertentu)

<http://pusdiklat.kemendag.go.id/v2019/article/kebijakan-bidang-usaha>

TENTANG PENULIS

Eka Santi Agustina, S.Sos., M.M., CIQaR., CIQnR.



Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai yang diberikan kepercayaan mengajar pada Prodi Diploma Administrasi Bisnis dari 15 Juni 2015 sampai dengan sekarang.

Pendidikan lulusan S2 dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banjarmasin pada tahun 2013 dengan gelar Magister Manajemen pada SDM.

Ikut bergabung pada organisasi Asosiasi Ilmu Administrasi Bisnis Indonesia (AIABI) dari tahun 2016 sampai dengan sekarang, Anggota dari Himpunan Ikatan Pengusaha Mudah Indonesia (HIPMI) wilayah Hulu Sungai Tengah pada tahun 2022 yang diberikan kepercayaan menjabat pada bagian Perbankan.

Memperoleh gelar CIQaR pada sertifikasi penelitian Internasional yang diadakan oleh Lembaga Quantum HRM Internasional Bersama IAF dan KAN pada 15 November tahun 2021 dan gelar CIQnR pada 29 November 2021.

Pernah bekerja pada salah satu Perusahaan Perbankan pada tahun 2010-2015 di bidang Teller, Costumer Service dan pada Costumer service Kredit.

Dipercaya menjadi Tutor pada Universitas Terbuka UPBJ Banjarmasin Pokjar Barabai dari tahun 2017 pada Fakultas FHISP jurusan Adinistrasi Negara sampai dengan sekarang dan sebagai Korektor dari tahun 2020 sampai dengan sekarang.