

Editor

Leistar Adiguna, S.Sn
Solida Firjatullah, M.Pd



MANAJEMEN STRATEGIS ERA DIGITAL

TERINTEGRASI RISET DAN KONTEKSTUAL

Prof. Dr. Bambang D. Suseno, MM

MANAJEMEN STRATEGIS ERA DIGITAL

TERINTEGRASI RISET DAN KONTEKSTUAL

Buku MANAJEMEN STRATEGIS ERA DIGITAL TERINTEGRASI RISET DAN KONTEKSTUAL merupakan buku menyegarkan dan memicu minat baca mahasiswa, dengan perspektif baru yang mengintegrasikan riset dan kontekstual dengan praktik pada dunia bisnis ini menguraikan konsep dasar manajemen strategis, mencakup prinsip-prinsip utama, teori, dan metode yang menjadi dasar dalam mengelola strategi bisnis. Pembahasan melibatkan pemahaman mendalam tentang peran manajemen strategis dalam membentuk visi, misi, dan tujuan organisasi.

Fokus buku juga pada penerapan praktis konsep manajemen strategis dalam konteks bisnis. Buku ini membahas strategi-strategi yang telah terbukti efektif, studi kasus, dan langkah-langkah praktis untuk memastikan implementasi strategi yang berhasil dalam organisasi.

Buku ini memandu pembaca melalui proses menentukan posisi perusahaan dengan menggunakan riset sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Konsep positioning dan integrasi riset digunakan sebagai landasan untuk merumuskan strategi yang kompetitif dan relevan. Menjelajahi strategi pengembangan yang berfokus pada positioning, memahami bagaimana posisi perusahaan di pasar dapat memengaruhi pengembangan produk dan ekspansi. Kasus-kasus nyata dan metode analisis digunakan untuk memperjelas konsep ini.

Disamping menggali cara penerapan konsep manajemen strategis dapat meningkatkan daya saing bisnis. Dengan menggunakan studi kasus, Buku ini memberikan wawasan tentang bagaimana perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif melalui manajemen strategis yang efektif.

Penyelidikan bagaimana manajemen strategis kontekstual dapat menjadi kunci untuk optimalisasi kinerja bisnis. Dengan merinci pendekatan yang disesuaikan dengan lingkungan bisnis spesifik, Buku ini memberikan panduan untuk meningkatkan efisiensi operasional. Sehingga buku ini akan memandu pembaca melalui langkah-langkah praktis dalam implementasi dan pengelolaan strategi bisnis. Termasuk analisis risiko, pengukuran kinerja, dan penyesuaian strategi sesuai dengan perubahan pasar dan internal perusahaan. Disamping penjelasan konsep mengoptimalkan kinerja bisnis melalui penerapan manajemen strategis terintegrasi. Buku ini menggabungkan berbagai aspek manajemen strategis untuk mencapai hasil terbaik dalam pencapaian tujuan bisnis.

Pembahasan peran dan pengaruh pemangku kepentingan dalam konteks manajemen strategis. Buku ini menyoroti pentingnya memahami kebutuhan dan harapan pemangku kepentingan untuk membentuk strategi yang berkelanjutan. Fokus berikutnya pada keterampilan navigasi melalui ambiguitas, mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang, serta membangun fondasi yang kokoh untuk keberlanjutan usaha. Memandu pembaca melalui strategi-strategi adaptif dalam menghadapi ketidakpastian.

Sebagai contoh praktis diulas studi kasus konkrit tentang pengembangan rencana strategis dalam konteks studio animasi "The Little Giantz". Buku ini menyajikan tantangan, keputusan, dan hasil dari implementasi strategi dalam industri kreatif. Berikutnya penyelidikan strategi manajemen yang diadopsi oleh produsen sepatu "Compass". Melalui studi kasus ini, pembaca akan memahami bagaimana keputusan strategis dapat memengaruhi kinerja dan posisi pasar perusahaan di industri sepatu.



eureka
media aksara
Anggota IKAPI
No. 225/JTE/2021

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



DIREKTORAT JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
REKEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA RI
EC002023117817



MANAJEMEN STRATEGIS ERA DIGITAL TERINTEGRASI RISET DAN KONTEKSTUAL

Prof. Dr. Bambang D. Suseno, MM



eureka
media aksara

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

**MANAJEMEN STRATEGIS ERA DIGITAL
TERINTEGRASI RISET DAN KONTEKSTUAL**

Penulis : Prof. Dr. Bambang D. Suseno, MM

Editor : Leistar Adiguna, S.Sn
Solida Firjatullah, M.Pd

Desain Sampul : Ardyan Arya Hayuwaskita

Tata Letak : Uli Mas'uliyah Indarwati

ISBN : 978-623-151-858-3

No. HKI : EC002023117817

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA,
NOVEMBER 2023
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 : 2023

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

Selamat datang dalam buku "Manajemen Strategis Era Digital: Kontekstual dan Terintegrasi Riset". Di tengah arus transformasi digital yang cepat dan terus berkembang, pemahaman tentang konsep manajemen strategis telah menjadi lebih penting daripada sebelumnya. Era digital membawa tantangan baru sekaligus peluang yang mengubah lanskap bisnis global secara mendalam. Dalam buku ini, kami membahas konsep-konsep manajemen strategis dengan fokus pada era digital yang terus berkembang dan menuntut kecerdasan adaptif dalam berbisnis.

Dalam konteks era digital, kami menyoroti betapa pentingnya strategi perusahaan yang terintegrasi dengan riset dalam merancang dan melaksanakan strategi bisnis. Riset menyediakan landasan yang kokoh bagi pengambilan keputusan strategis, memungkinkan organisasi untuk mengantisipasi perubahan pasar, memahami perilaku konsumen yang semakin kompleks, dan memperhitungkan risiko serta peluang yang muncul. Kami menggali bagaimana riset dapat menjadi pilar utama dalam menyusun strategi yang relevan dan efektif, membantu organisasi menavigasi lautan kompleksitas bisnis digital.

Kini, dalam era digital yang penuh dengan perubahan yang cepat dan transformasi bisnis yang mendalam, pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen strategis tidak lagi merupakan keahlian tambahan, melainkan keharusan mutlak. Bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan peluang, mengatasi ambiguitas dan ketidakpastian, serta membangun usaha yang tangguh dalam menghadapi dinamika pasar yang kompleks? Jawabannya terletak pada penguasaan konsep manajemen strategis yang memadai dan aplikasinya yang efektif dalam konteks digital.

Buku ini merupakan sebuah panduan komprehensif yang memandu pembaca melalui perjalanan mendalam pada ranah dunia manajemen strategis. Dengan kebijaksanaan dan wawasan yang mendalam, penulis mencoba menguraikan konsep dasar manajemen strategis dengan menggali aplikasi manajemen strategis yang efektif dalam konteks digital.

Dalam era digital yang terus berkembang dengan cepat, manajemen strategis menjadi kunci utama bagi keberhasilan dan kelangsungan bisnis. Transformasi teknologi telah membuka peluang baru sekaligus meningkatkan kompleksitas dalam dunia bisnis. Sebagai respons terhadap dinamika ini, kami dengan bangga mempersembahkan buku ini.

Pembaca praktisi bisnis dan para mahasiswa Sarjana serta Pasca Sarjana yang budiman, dalam buku ini disajikan secara sistematis akan disajikan uraian yang menarik tentang Manajemen Strategis, berupa:

1. Konsep Dasar Manajemen Strategis

Bab ini membahas landasan filosofis, teoritis, dan konseptual dari manajemen strategis dalam konteks era digital yang terus berkembang.

2. Aplikasi Manajemen Strategis yang Efektif

Bab ini mengeksplorasi aplikasi nyata dari konsep-konsep manajemen strategis dalam dunia bisnis modern, dengan menyoroti strategi-strategi yang terbukti sukses.

3. Penentuan Positioning Terintegrasi Riset sebagai Dasar Pengembangan Strategi

Bab ini membahas pentingnya penentuan posisi bisnis yang didukung oleh riset, sebagai landasan utama dalam merancang strategi bisnis yang efektif.

4. Strategi Pengembangan Berbasis Positioning

Bab ini memperkenalkan konsep pengembangan strategi yang berbasis pada posisi bisnis yang telah ditetapkan, dengan menggali lebih dalam tentang strategi-strategi inovatif.

5. Penerapan Konsep Manajemen Strategis dan Daya Saing Bisnis

Bab ini memandu pembaca melalui penerapan konsep-konsep manajemen strategis untuk meningkatkan daya saing bisnis dalam pasar digital yang kompetitif.

6. Optimalisasi Kinerja Bisnis dengan Penerapan Manajemen Strategis Kontekstual

Bab ini menjelaskan konsep manajemen strategis kontekstual dan bagaimana penerapannya dapat mengoptimalkan kinerja bisnis.

7. Implementasi dan Pengelolaan Strategi

Bab ini membahas strategi implementasi dan pengelolaan dengan mendalam, menggali tantangan dan solusi yang mungkin dihadapi dalam proses ini.

8. Mengoptimalkan Kinerja Bisnis: Penerapan Manajemen Strategis Terintegrasi

Bab ini menguraikan strategi-strategi terintegrasi yang memungkinkan organisasi mengoptimalkan kinerja bisnis mereka melalui manajemen strategis yang efisien.

9. Pemangku Kepentingan dalam Perspektif Manajemen Strategis

Bab ini membahas peran pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan strategis dan bagaimana memahami perspektif mereka dapat memperkaya strategi bisnis.

10. Manajemen Strategis: Menavigasi Ambiguitas, Memanfaatkan Peluang, dan Membangun Usaha

Bab ini membahas keterampilan kunci yang diperlukan dalam manajemen strategis, termasuk kemampuan untuk menavigasi ambiguitas, mengidentifikasi peluang, dan membangun usaha yang berkelanjutan.

11. Studi Kasus Rencana Strategis Studio Animasi "The Little Giantz"

Bab ini memaparkan studi kasus mendalam tentang bagaimana studio animasi "The Little Giantz" merencanakan dan mengimplementasikan strategi bisnis mereka dalam era digital.

12. Studi Kasus Manajemen Strategis Produsen Sepatu "Compass"

Bab ini membahas studi kasus tentang perjalanan produsen sepatu "Compass" dalam mengelola strategi bisnis mereka, menghadapi tantangan, dan mencapai kesuksesan.

Melalui buku ini, kami berharap para pembaca akan mendapatkan wawasan mendalam dan aplikasi bagaimana manajemen strategis yang terintegrasi dengan riset dan kontekstual dapat membantu organisasi menghadapi tantangan, memanfaatkan peluang, dan membangun bisnis yang berkelanjutan di era digital yang penuh dinamika ini.

Buku ini tidak hanya menyajikan teori, tetapi juga memberikan wawasan praktis yang mendalam melalui studi kasus, riset terkini, dan pandangan industri dari dua studi kasus yang kami sajikan. Semoga buku ini menjadi sumber pengetahuan yang berharga dan membantu pembaca memahami esensi sebenarnya dari manajemen strategis di era digital yang terus berkembang.

Ucapan terima kasih kepada istri tercinta Hj. Supriyati yang senantiasa memberikan atmosfer untuk terus menghasilkan karya publikasi untuk mahasiswa dan kalangan akademisi. Kepada dua anak saya Adi dan Firja atas energi positif untuk terus saling mendoakan. Untuk menantu saya Ulfah dan Encum, terima kasih atas kerukunan yang tercipta. Kepada cucu-cucu Cyla, Lika, Senja, dan Nawa yang selalu membawa kegembiraan dan keceriaan agar eyang kakung terus semangat untuk menghasil karya-karya terbaik dan bermanfaat.

Akhirnya kepada pembaca budiman dengan kerendahan hati, selamat membaca dan semoga buku ini membawa pemahaman yang mendalam tentang manajemen strategis yang relevan dan terdepan di era digital.

Salam, Prof. BDS

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 KONSEP DASAR MANAJEMEN STRATEGIS	1
A. Konsep Manajemen Strategis	1
B. Evolusi Teori Strategi Bersaing	6
C. Berkonsentrasi pada Fokus	13
D. Aspek internal organisasi	14
E. Identitas korporasi	14
F. Keterampilan dan Kemampuan Inti	15
BAB 2 APLIKASI MANAJEMEN STRATEGIS YANG EFEKTIF	18
A. Analisis Lingkungan Bisnis (Scanning Business Environment)	18
B. Penetapan Visi, Misi, Tujuan dan Nilai Inti	19
C. Penetapan Tujuan dan Sasaran	20
D. Analisis SWOT	22
E. Indikator SWOT	24
BAB 3 PENENTUAN POSITIONING TERINTEGRASI RISET SEBAGAI DASAR PENGEMBANGAN STRATEGI	42
A. Pengenalan tentang konsep Positioning	42
B. Pengambilan Keputusan Pelanggan	47
C. Komunikasi yang Konsisten	50
D. Hubungan Positioning dengan Identitas Merek	52
E. Pentingnya Positioning dalam pengembangan strategi	54
F. Positioning The Little Giantz	56
BAB 4 STRATEGI PENGEMBANGAN BERBASIS POSITIONING	64
A. Perkembangan Kompetensi	65
B. Munculnya Startup dan Perusahaan Berbasis Teknologi	72

	C. Pelanggan yang Lebih Cerdas	73
	D. Perubahan dalam Model Bisnis.....	75
	E. Perhatian terhadap Keberlanjutan	77
	F. Pertumbuhan Kompetitor Lokal	79
	G. Peran Regulasi.....	81
	H. Kemampuan Adaptasi	83
	I. Contoh Studi Kasus Perusahaan Pengolah Ikan.....	85
BAB 5	PENERAPAN KONSEP MANAJEMEN STRATEGIS DAN DAYA SAING BISNIS.....	95
	A. Pengaruh Lingkungan Eksternal dalam Manajemen Strategis	95
	B. Dampak Analisis PESTEL dalam Perencanaan Strategis	111
	C. Pengintegrasian Analisis PESTEL dalam Rencana Strategis Jangka Panjang	113
	D. Analisis industri menggunakan model Porter's Five Forces	115
	E. Faktor Internal Dalam Manajemen Strategis.....	117
BAB 6	OPTIMALISASI KINERJA BISNIS DENGAN PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGIS KONTEKSTUAL.....	119
	A. Tantangan Globalisasi dan Persaingan Ketat.....	120
	B. Dampak dan Tantangan.....	121
	C. Akses ke Pasar Global	123
	D. Kemajuan Teknologi Komunikasi.....	125
	E. Variasi Regulasi dan Kebijakan.....	127
	F. Penyesuaian dengan Kebutuhan Lokal	129
	G. Manajemen Rantai Pasokan yang Kompleks	132
	H. Perubahan Mata Uang dan Risiko Keuangan	133
	I. Permintaan Konsumen yang Berubah.....	135
	J. Tekanan untuk Pembaruan Proses Bisnis	137
	K. Pentingnya pengambilan keputusan berbasis data.	139
	L. Ketidakpastian Lingkungan Bisnis	141
BAB 7	IMPLEMENTASI DAN PENGELOLAAN STRATEGI.....	144
	A. Implementasi strategi.....	144
	B. Perencanaan Implementasi	147

	C. Komunikasi Strategi.....	149
	D. Pembagian Tanggung Jawab.....	151
	E. Komunikasi dan Koordinasi	154
	F. Manajemen Risiko	156
BAB 8	MENGOPTIMALKAN KINERJA BISNIS: PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGIS TERINTEGRASI.....	160
	A. Pengukuran dan Evaluasi.....	163
	B. Proses Evaluasi Periodik.....	165
	C. Analisis Mendalam	167
	D. Pengambilan Keputusan.....	168
	E. Manajemen Perubahan	172
	F. Keterlibatan Stakeholder	174
	G. Evaluasi Berkelanjutan dan Penyesuaian	176
BAB 9	PEMANGKU KEPENTINGAN DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN STRATEGIS	179
	A. Pemimpin Organisasi.....	180
	B. Manajer dan Karyawan	182
	C. Pemegang Saham	184
	D. Pelanggan.....	186
	E. Industri.....	188
	F. Pemasok	190
	G. Pemerintah dan Regulator.....	192
	H. Masyarakat dan Lingkungan	195
	I. Tanggung Jawab dan Peran Organisasi	196
BAB 10	MANAJEMEN STRATEGIS: MENAVIGASI AMBIGUITAS, MEMANFAATKAN PELUANG, DAN MEMBANGUN USAHA.....	198
	A. Kompleksitas Persaingan	200
	B. Tuntutan Perubahan Selera Konsumen	201
	C. Volatilitas dalam Konteks Manajemen Strategis Organisasi Bisnis	203
	D. Ketidakpastian (uncertainty).....	206
	E. Ambiguitas (Ambiguity)	209
	F. Pengembangan bisnis	210

BAB 11 RENCANA STRATEGIS STUDIO ANIMASI "THE	
LITTLE GIANTZ.....	212
A. Latar Belakang	212
B. Company Profile.....	214
C. Analisis internal dan eksternal.....	217
D. Analisis SWOT.....	219
E. Analisis Kuadran.....	222
F. Isu Strategis.....	223
G. Isu-isu Strategis dan Visi Misi The Little Giantz.....	225
H. Visi dan Misi Perusahaan.....	226
I. Tujuan, Sasaran, Target, Strategi, Program dan Indikator Target.....	228
J. Skenario Implementasi Strategi dan Analisis Persoalan Potensial.....	234
BAB 12 MANAJEMEN STRATEGIS PERUSAHAAN	
SEPATU "COMPASS"	237
A. Latar belakang.....	237
B. Sejarah Sneaker Lokal & Sepatu Compass	239
C. Identifikasi SWOT untuk Sepatu Compass	240
D. Pengujian Indikator Strength & Opportunity	245
E. Pengujian Variabel Indicator Weakness & Threat ...	250
F. Analisis SWOT dari persepsi Stakeholder.....	251
G. Menentukan Bobot dan Menghitung Nilai Total.....	254
H. Interpretasi Hasil Analisis SWOT	258
I. Posisi Perusahaan Dalam Persaingan Industri Berdasarkan Analisis SWOT.....	261
J. Analisa Kuadran.....	265
K. Isu-isu Strategis.....	267
L. Visi & Misi.....	269
M. Tujuan, Sasaran, Target, Strategi dan Indikator Perusahaan Sepatu Compass.....	271
N. Analisis Persoalan Potensial (Skenario Implementasi Strategi)	275
DAFTAR PUSTAKA.....	279
TENTANG PENULIS.....	289

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Identifikasi variable SWOT	25
Tabel 2.2	Pengujian Logical Connection dengan Semantik dari Indikator Kekuatan & Peluang	28
Tabel 2.3	Pengujian Logical Connection dengan Semantik dari Indikator Kelemahan & Ancaman.....	37
Tabel 11.1	Tujuan, Sasaran, Target, Strategi, Program, dan Indikator Target	231
Tabel 11.2	Skenario Implementasi Strategi dan Analisis Persoalan Potensial.....	236
Tabel 12.1	Kuadran Positioning Perusahaan Sepatu "COMPASS"	272
Tabel 12.2	Skenario Implementasi Strategi.....	277

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Proses Manajemen Strategis.....	4
Gambar 2.1	Penyesuaian Tujuan Dan Sasaran Secara <i>Responsive</i>	22
Gambar 3.1	Aspek-aspek Penting dalam Positioning	45
Gambar 3.2	Positioning PT The Little Giantz Berada Pada Kuadran II.....	62
Gambar 4.1	Strategi Pengembangan Berbasis Positioning	64
Gambar 4.2	Diagram Positioning	88
Gambar 5.1	Penerapan Konsep Manajemen Strategis Dan Daya Saing Bisnis.....	96
Gambar 8.1	Strategy Map (Peta Strategi) dan Value Creation Map (Peta Penciptaan Nilai)	162
Gambar 9.1	Perspektif Pemangku Kepentingan Dalam Manajemen Strategis.....	179
Gambar 10.1	Kondisi yang serba ambigu, kompleksitas persaingan, ketidakpastian, menyebabkan organisasi bisnis selalu berpacu untuk membuat berbagai prediksi.....	200
Gambar 11.1	Kuadran Positioning.....	223

BAB

1

KONSEP DASAR MANAJEMEN STRATEGIS

Bisnis sungguh sulit diduga.....

"Kami hanya mengetahui dua hal tentang masa depan: Pertama, Masa depan tidak dapat diketahui, dan itu akan menjadi sesuatu yang berbeda dari apa yang ada saat ini dan, Kedua, Apa yang kita harapkan."

— Peter Drucker

"Lalu, apa cara terbaik untuk menangani ketidakpastian ini? Ini adalah salah satu dari sekian tantangan yang dihadapi bisnis dewasa ini, dan berbagai kesulitan akan terus bertambah:.

[P. F. Drucker, "Managing for Results," Harper & Row, New York (1964)].

A. Konsep Manajemen Strategis

Di masa lalu, perusahaan akan mengurutkan kejadian ke dalam kategori yang berbeda dan menghadapi kejadian yang tidak terduga dengan terlebih dahulu menghitung kemungkinan berbagai hasil untuk setiap kategori. Namun, pergeseran permintaan dan harga, serta diversifikasi preferensi masyarakat, hanya terjadi dengan kecepatan yang semakin cepat. Ketika perusahaan memperluas operasi mereka ke wilayah geografis baru, mereka sering dihadapkan pada norma budaya baru serta tradisi nasional dan regional. Mencoba mengkategorikan dengan benar semua hal ini, pada akhirnya,

BAB 2

APLIKASI MANAJEMEN STRATEGIS YANG EFEKTIF

"Manajemen strategis yang efektif adalah kunci keberhasilan jangka panjang. Dengan pemahaman yang mendalam tentang visi, tujuan, dan peluang bisnis, serta kemampuan untuk mengadaptasi strategi saat diperlukan, sebuah organisasi dapat mencapai hasil yang luar biasa."
[Prof. BDS. Laboratory]

Manajemen strategis adalah pendekatan yang terencana dan komprehensif dalam mengelola suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Aplikasi manajemen strategis yang efektif melibatkan serangkaian langkah-langkah yang direncanakan dengan cermat untuk mengidentifikasi visi, misi, dan tujuan organisasi, serta merancang rencana tindakan yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut. Berikut adalah beberapa elemen penting dalam aplikasi manajemen strategis yang efektif:

A. Analisis Lingkungan Bisnis (*Scanning Business Environment*)

Manajemen strategis yang efektif merupakan pendekatan yang didasarkan pada analisis yang mendalam terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi sebuah organisasi. Analisis lingkungan eksternal mencakup proses identifikasi dan penilaian yang sistematis terhadap peluang dan ancaman yang muncul dari berbagai aspek, seperti kondisi pasar, persaingan industri, perubahan teknologi, dan regulasi pemerintah yang berlaku. Sementara itu, analisis lingkungan internal melibatkan evaluasi yang cermat terhadap kekuatan

BAB 3

PENENTUAN POSITIONING TERINTEGRASI RISET SEBAGAI DASAR PENGEMBANGAN STRATEGI

"Positioning adalah fondasi yang kokoh untuk merancang strategi dan sukses mengimplementasikannya" [Prof. BDS Laboratory].

Berdasarkan analisis lingkungan dan SWOT, strategi-strategi harus dirancang untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi berangkat dari posisi dalam arena persaingan (positioning) apakah nanti akan ekspansi pasar, pengembangan produk, diversifikasi bisnis, atau perubahan lainnya untuk menentukan arah organisasi.

A. Pengenalan tentang konsep Positioning

Uraian yang lebih mendalam tentang konsep Positioning adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan tentang Konsep Positioning

Positioning, dalam konteks pemasaran dan strategi bisnis, merujuk pada upaya untuk menempatkan suatu produk, merek, atau organisasi di benak konsumen atau pasar target dengan cara yang unik dan menguntungkan. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Al Ries dan Jack Trout dalam artikelnya yang terkenal pada tahun 1969 yang berjudul "Positioning: The Battle for Your Mind." Positioning menjadi elemen kunci dalam pengembangan strategi karena dapat membantu organisasi membedakan dirinya dari pesaing, memahami preferensi pelanggan, dan menciptakan citra yang diinginkan dalam benak pasar.

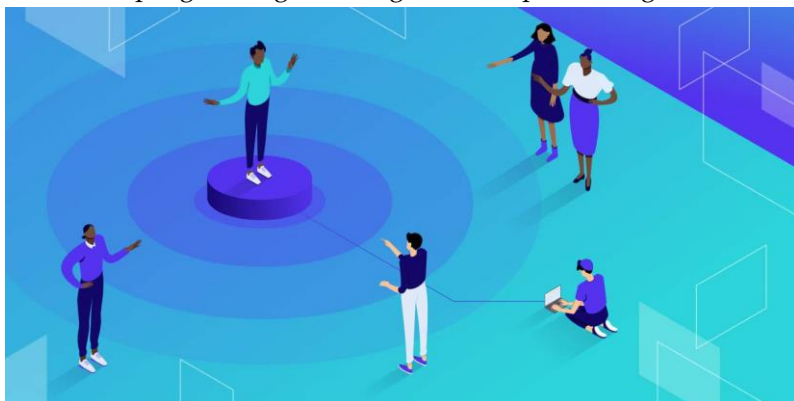
BAB 4

STRATEGI PENGEMBANGAN BERBASIS POSITIONING

"Tumbuhlah melalui strategi pengembangan berbasis positioning, karena di dalam keramaian pasar, posisi yang tepat adalah kunci untuk menciptakan nilai yang tak tergantikan."

(Prof. BDS.Laboratory).

Latar belakang strategi pengembangan berbasis positioning adalah penting untuk memahami konteks dan urgensi penggunaan pendekatan ini dalam dunia bisnis. Dalam era yang sangat kompetitif dan terus berubah, perusahaan-perusahaan perlu memiliki strategi yang kuat untuk membedakan diri dari pesaing dan mencapai kesuksesan jangka panjang. Gambar 4.1 merupakan visualisasi pengembangan strategi berbasis positioning,



Gambar 4.1 Strategi Pengembangan Berbasis Positioning

Sumber: <https://kinsta.com/blog/positioning-strategy/>

BAB 5

PENERAPAN KONSEP MANAJEMEN STRATEGIS DAN DAYA SAING BISNIS

"Ketika kita memahami kekuatan konsep manajemen strategis, kita membuka pintu menuju pertumbuhan yang berkelanjutan dan daya saing bisnis yang tak terbatas. Dengan menerapkan strategi yang tepat, kita tidak hanya mengelola bisnis, tetapi juga menciptakan masa depan yang gemilang." (Prof. BDS. Laboratory).

A. Pengaruh Lingkungan Eksternal dalam Manajemen Strategis

Analisis PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal) dan dampaknya pada perencanaan strategis Analisis PESTEL adalah sebuah kerangka kerja penting yang membantu perusahaan memahami faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi bisnis (smallbusiness.chron.com, 2016). Sedangkan strategicmanagementinsight (2023), mengembangkan model, sebagaimana diilustrasikan pada gambar 5.1.

BAB

6

OPTIMALISASI KINERJA BISNIS DENGAN PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGIS KONTEKSTUAL

"Optimalisasi kinerja bisnis adalah hasil dari kebijakan strategis. Dengan penerapan manajemen strategis yang bijak, bisnis tidak hanya mencari peluang, tetapi juga menciptakan jalan menuju kesuksesan berkelanjutan, mendorong kreativitas, dan meraih pencapaian maksimal dalam setiap langkahnya." (Prof. BDS. Laboratory).

Latar belakang dari optimalisasi kinerja bisnis melalui penerapan manajemen strategis sangat relevan dengan dinamika yang sangat kompleks pada dunia bisnis era digital yang harus selalu kontekstual dalam merespon berbagai tantangan dalam berkompetisi, sebagaimana divisualisasikan pada gambar 6.1 berikut ini.



Sumber: <https://vwo.com>

BAB 7

IMPLEMENTASI DAN PENGELOLAAN STRATEGI

"Implementasi dan pengelolaan strategi adalah kunci kesuksesan dalam mencapai tujuan bisnis dan visi perusahaan." (Prof. BDS. Laboratory).

A. Implementasi strategi

Implementasi dan pengelolaan strategi adalah bagian integral dari manajemen strategis dalam konteks perusahaan atau organisasi. Ini merupakan tahap penting yang menghubungkan perencanaan strategis dengan pelaksanaan nyata strategi tersebut. Dengan memahami latar belakang dan pentingnya implementasi dan pengelolaan strategi, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk memastikan bahwa rencana strategis mereka tidak hanya tinggal di atas kertas, tetapi benar-benar terwujud dalam tindakan dan hasil yang positif.

Implementasi strategi juga merupakan proses yang berkelanjutan dan memerlukan komitmen jangka panjang dari seluruh organisasi. Ini juga memerlukan koordinasi yang baik, komunikasi yang efektif, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi yang mungkin terjadi selama pelaksanaan strategi. Implementasi strategi adalah proses mengubah rencana atau strategi yang telah dirancang menjadi tindakan nyata dalam organisasi atau entitas bisnis.

Hal ini melibatkan serangkaian langkah konkret yang diambil untuk mencapai tujuan strategis yang telah ditetapkan. Rancangan implementasi strategi menjadi landasan penting

BAB 8

MENGOPTIMALKAN KINERJA BISNIS: PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGIS TERINTEGRASI

"Untuk mengoptimalkan kinerja bisnis, penerapan manajemen strategis terintegrasi sangatlah penting." [Prof. BDS. Laboratory].

Dengan menerapkan pendekatan terintegrasi ini, bisnis dapat mencapai kinerja optimal dengan merespons secara efektif terhadap perubahan lingkungan dan memanfaatkan peluang-peluang yang muncul. Penting untuk diingat bahwa manajemen strategis terintegrasi memerlukan komitmen jangka panjang dan keterlibatan dari semua tingkatan dalam organisasi. Mengoptimalkan kinerja bisnis melalui penerapan manajemen strategis terintegrasi melibatkan serangkaian langkah dan pendekatan yang mendalam dan berkelanjutan.

Strategy Map (Peta Strategi) dan Value Creation Map (Peta Penciptaan Nilai) merupakan dua alat manajemen yang berkaitan erat dan sering digunakan dalam penerapan manajemen strategis terintegrasi untuk mengoptimalkan kinerja bisnis. Jika ditelisik keduanya memiliki fokus yang digambarkan oleh Suseno dkk. (2020), sebagai berikut:

1. Strategy Map (Peta Strategi)

Strategy Map adalah alat visual yang digunakan oleh organisasi untuk menggambarkan strategi mereka dalam bentuk diagram. Biasanya, itu terdiri dari serangkaian peta yang menunjukkan hubungan sebab-akibat antara berbagai elemen strategis dalam organisasi.

BAB 9

PEMANGKU KEPENTINGAN DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN STRATEGIS

"Pemahaman mendalam terhadap perspektif pemangku kepentingan adalah kunci utama dalam merancang langkah-langkah kebijakan dalam manajemen strategis" (Prof. BDS. Laboratory).

Manajemen strategis melibatkan berbagai pihak yang memiliki kepentingan dalam kesuksesan jangka panjang suatu organisasi. Dalam manajemen strategis, penting bagi organisasi untuk memahami perspektif dan kepentingan setiap pihak yang terlibat dan mengintegrasikan aspek-aspek ini ke dalam perencanaan dan implementasi strategi mereka untuk mencapai keberhasilan jangka panjang, sebagaimana diilustrasikan pada gambar 9.1 berikut ini.



Gambar 9.1 Perspektif Pemangku Kepentingan Dalam Manajemen Strategis

Sumber: <https://nulab.com>

BAB

10

MANAJEMEN STRATEGIS: MENAVIDIGASI AMBIGUITAS, MEMANFAATKAN PELUANG, DAN MEMBANGUN USAHA

"Manajemen Strategis bukan hanya sekadar merencanakan masa depan, tetapi seni dalam menavigasi ambiguitas, memanfaatkan peluang, dan membangun usaha. Dalam ketidakpastian, kita menemukan kekuatan; dalam peluang, kita temukan pertumbuhan; dan dalam usaha, kita temukan keberhasilan sejati." (Prof. BDS. Laboratory).

Manajemen strategis adalah proses merencanakan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya. Dalam konteks yang lebih mendalam, manajemen strategis melibatkan beberapa aspek penting yakni mengatasi ambiguitas, memanfaatkan peluang, dan membangun usaha. Dalam rangka mencapai kesuksesan jangka panjang, manajemen strategis harus menjadi proses yang terus-menerus berlangsung, selalu mempertimbangkan ambiguitas, peluang, dan upaya membangun usaha dengan cara yang efisien dan efektif (Suriyankietkaew, 2020).

Kompleksitas dalam konteks VUCA merujuk pada keadaan dunia yang dihadapi oleh organisasi saat ini, yang ditandai oleh Volatility (Volatilitas), Uncertainty (Ketidakpastian), Complexity (Kompleksitas), dan Ambiguity (Ambiguitas). Mari kita bahas masing-masing elemen ini secara terperinci:

BAB

11

RENCANA STRATEGIS STUDIO ANIMASI "THE LITTLE GIANTZ"

A. Latar Belakang

Suplemen dalam konteks manajemen strategis pada **Bab 11** ini merupakan contoh dokumen yang mendukung rencana strategis suatu organisasi. Suplemen ini berisi informasi rinci, analisis mendalam, dan strategi yang dirancang untuk mencapai tujuan dan visi perusahaan. Dalam buku *Manajemen Strategis* ini, suplemen berfungsi sebagai studi kasus yang nyata dan aplikatif. Membahas studi kasus seperti ini membantu pembaca memahami konsep-konsep teoritis dalam konteks praktis, yang kami sampaikan ini merupakan tugas mata kuliah *Manajemen Strategis* dari mahasiswa Sdr. Leistar Adiguna pada Program Studi *Ekonomi Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten 2019*.

Bab ini memperkenalkan pembaca dengan konsep rencana strategis dan pentingnya mengembangkannya dalam industri kreatif, dengan fokus pada studio animasi "The Little Giantz". Pembaca akan memahami bagaimana studio animasi dapat menghadapi tantangan unik dan mengidentifikasi peluang dalam lingkungan bisnis yang cepat berubah.

Studio Animasi "The Little Giantz" adalah perusahaan kreatif yang berfokus pada produksi animasi untuk berbagai platform, termasuk film, televisi, dan media digital. Mereka menghadapi tantangan dalam bersaing di industri yang terus berkembang ini.

BAB 12

MANAJEMEN STRATEGIS PERUSAHAAN SEPATU "COMPASS"

A. Latar belakang

Pada **Bab 12** ini pembaca mendapatkan lesson learn dari Studi Kasus pada Produsen Sepatu "Compass" yang kami sampaikan ini merupakan tugas mata kuliah Manajemen Strategis dari mahasiswa Sdr. Muhamad Rian Ardiansyah pada Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Bina Bangsa Kota Serang 2023.

Dalam bab ini, pembaca akan diperkenalkan dengan konsep manajemen strategis dan pentingnya menerapkannya dalam industri sepatu. Fokus akan ditempatkan pada perusahaan "Compass" sebagai studi kasus yang mendalam. Pembaca akan memahami tujuan dan relevansi penerapan manajemen strategis dalam bisnis sepatu.

Bab ini akan memberikan latar belakang perusahaan "Compass", termasuk sejarah pendirian, visi, misi, nilai-nilai inti, dan profil pasar. Informasi ini memberikan dasar pemahaman tentang perusahaan yang akan dijadikan studi kasus.

Pembaca akan memahami bagaimana "Compass" menganalisis lingkungan eksternalnya, termasuk faktor-faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum (PESTEL analysis). Analisis ini akan memberi wawasan tentang tantangan dan peluang yang dihadapi perusahaan di pasar sepatu.

Bab ini akan mencakup analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman internal perusahaan ("SWOT analysis").

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A.; Shansby, J. G. (2022). Positioning Your Product. *Business Horizons*. 26 (3): 56. doi:10.1016/0007-6813(82)90130-6.
- Business Strategies for a Competitive Advantage. *smallbusiness.chron.com*. Retrieved 2016-04-01.
- Chacarbaghi, L. (1999), *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* by Michael E. Porter 1980, p. 45.
- Clulow, Val; Gerstman, J; Barry, Carol .(2003). The resource-based view and sustainable competitive advantage: the case of a financial services firm. *Journal of European Industrial Training*. 27 (5): 220–232. <https://doi.org/10.1108/03090590310469605>.
- Dermawan, D , Hunainah, Suseno, BD, Basrowi. (2021). Islamic Bank Asset Growth: Predictive Assessment Toward Dominant Variables Affecting, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)* 7(2):267-288.
- Dong-sung Cho, Hwy-chang Moon . (2013). *From Adam Smith To Michael Porter: Evolution Of Competitiveness Theory (Extended Edition)*, World Scientific.
- Fashya, I; Suseno, BD. (2023). Illegal Gold Mining Grandil: Empirical Trail In South Citorek Lebak Regency, Indonesia, *International Journal of Information, Business and Management*, Vol. 15 No.3, p.3-21.
- Farah, I., Suseno, B. D., & Suadma, U. (2023). The antecedents and consequences of digital competence: How to support the performance of organizations . *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 19(1), 41–57. <https://doi.org/10.21067/jem.v19i1.8432>

- Gray, E. R.; Balmer, J. M. (1998). Managing Corporate Image and Corporate Reputation". *Long Range Planning*. 31 (5): 695–702. [https://doi.org/10.1016/s0024-6301\(98\)00074-0](https://doi.org/10.1016/s0024-6301(98)00074-0).
- Illahi, ALNO; Suseno, BD; Suadina, U. (2023). The Effect of Emotional Intelligence, Self-efficacy, and Team Cohesion on the Performance of Teachers at Serang Regency Private Elementary School, *MIX: Management Scientific Journal* , Vol. 12, No. 1 pp. 116, DOI: http://dx.doi.org/10.22441/jurnal_mix.2023.v13i1.008.
- Johnson, P.; Foss, N.J (May 2016). Optimal Strategy and Business Models: A Control Theory Approach". *Managerial and Decision Economics*. 37–7 (8): 515–529. doi:10.1002/mde.2738 – via JSTOR.
- Kartika, D; Basrowi ; Suseno, BD. (2022). Covid-19 Pandemic: Struggle to Scavenge Sustenance from Recycling Economy in Serang City, Indonesia, *Global Journal of Management And Business Research*, Vol. XXII, Issue II, pp 25-32.
- Lau, R S .(2002). Competitive factors and their relative importance in the US electronics and computer industries. *International Journal of Operations & Production Management*. 22 (1): 125–135. doi:10.1108/01443570210412105.
- Muis, A; Suseno, BD; Fatoni, M; Mulyadi, Shamshiza, N .(2022).Entrepreneurial Characteristics and Competence as the Predictors of Village-Owned Enterprises (BUMDesa) Governance, *Relevance: Journal of Management and Business*, Vol. 5 No. 2, pp. 117-135.
- Mahpudin, T; Suseno, BD. (2022). The Change Management of the Foam Manufacturing During the Covid-19 Pandemic: Case Study, *International Journal of Business and Management Review*, Vol.10, No.3, pp.51-70. 11. 13.
- Muilwijk, E. (2016). Positioning. *Intemarketing*. Retrieved 2016-09-18.

- Oxford Learning Lab . (2016). Watch it. Learn it. Badge it. www.oxlearn.com. Retrieved 2016-04-01.
- Pearce II, J A.; Robinson, Jr., R B. ; Mital, Amita . (2018). Strategic Management: Planning for Domestic and Global Competition, 14/e (SIE), McGraw Hill.
- Powell, T C. (2001). Competitive advantage: logical and philosophical considerations. *Strategic Management Journal*. 22 (9): 875-888. doi:10.1002/smj.173.
- Payne, A; Frow, P; Eggert, A (2017). The customer value proposition: evolution, development, and application in marketing". *Journal of the Academy of Marketing Science*. 45 (4): 467-489. doi:10.1007/s11747-017-0523-z. ISSN 0092-0703. S2CID 168876012.
- Porter, ME. (1985). *Competitive Advantage*. Free Press. ISBN 978-0-684-84146-5.
- Putra, FA; Suseno, BD. (2022). Industrial Revolution 4.0 as a Strategic Issue of Higher Education, *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, Vol. 10, No. 2, pp. 3045-3051.
- Passemard, C .(2000), *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* by Michael E. Porter 1980, p. 18
- Rochmaedah, D., Basrowi, Suseno, B. D. (2022). Strategy of Former Indonesian Migrant Workers From Qatar in The Era of The Covid-19 Outbreak. *International Journal of Business, Management, and Economics*, 3(2). 185 - 195. DOI: <https://doi.org/10.47747/ijbme.v3i2.699>.
- Rijamampianina, R; Abratt, R; February, Y. (2003). A framework for concentric diversification through sustainable competitive advantage, *Management Decision*. 41 (4): 362. doi:10.1108/00251740310468031.
- Suseno, BD. (2017). *Bisnis Internasional dan Aplikasi Ekspor dan Impor*, In Media, Jakarta, ISBN: 978-602-6469-61-8, p= 166.

- Sanganyado, E. (2019). Antibiotic resistance in drinking water systems: Occurrence, removal, and human health risks. *Science of the Total Environment*, 669, 785-797, ISSN 0048-9697, <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.03.162>
- Suseno, BD , Salam, AF. (2021). *Sistem Moneter, Bank & Industri Keuangan Non Bank*, Desanta Muliavisitama, Serang. ISBN: 978-623-7019-42-8.
- Stegmann, P. (2020). The circular bioeconomy: Its elements and role in European bioeconomy clusters. *Resources, Conservation and Recycling*: X, 6, ISSN 2590-289X, <https://doi.org/10.1016/j.rcrx.2019.100029>
- Suseno, BD. (2018). *Studi Pemetaan Distribusi Logistik Barang Kebutuhan Pokok di Provinsi Banten*, Penerbit AA Rizky, Serang. ISBN: 978-623-7726-17-3.
- Shahid, F. (2020). Predictions for COVID-19 with deep learning models of LSTM, GRU and Bi-LSTM. *Chaos, Solitons and Fractals*, 140, ISSN 0960-0779, <https://doi.org/10.1016/j.chaos.2020.110212>
- Suseno, BD, FA Yusuf, S Hidayat, D Surani. (2021). *Inovasi Resource Sharing Solusi Mengurangi Tingginya Pengangguran Secara Berkelanjutan*, Desanta publisher , Serang. ISBN: 978-623-6010-08-2.
- Shackleton, R.T. (2019). Explaining people's perceptions of invasive alien species: A conceptual framework. *Journal of Environmental Management*, 229, 10-26, ISSN 0301-4797, <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2018.04.045>
- Suseno, BD /Editor. (2021). *Model Penyusunan Rencana Strategis Organisasi Pendidikan, Berbasis Riset*, Penerbit Chandra Semesta, ISBN: 978-623-9620-59-2.
- Solanke, T.U. (2020). A review of strategic charging–discharging control of grid-connected electric vehicles. *Journal of Energy Storage*, 28, ISSN 2352-152X, <https://doi.org/10.1016/j.est.2020.101193>

- Smith, G.L. (2019). Financial burdens of cancer treatment: A systematic review of risk factors and outcomes. *JNCCN Journal of the National Comprehensive Cancer Network*, 17(10), 1184-1192, ISSN 1540-1405, <https://doi.org/10.6004/jnccn.2019.7305>
- Suseno, BD; Yuniawan, A; Dwiatmadja, C. (2019). The Model of Capability of Governance In Family Business: Empirical Study In Bus Transportation Industry In Jakarta, Indonesia, *Journal Economic Cooperation and Development*, 40, 2, pp. 25-58.
- Shen, J. (2020). Prevention and control of COVID-19 in public transportation: Experience from China. *Environmental Pollution*, 266, ISSN 0269-7491, <https://doi.org/10.1016/j.envpol.2020.115291>
- Suseno, B. D. (2019). The strength of justified knowledge sharing on good manufacturing practices: Empirical evidence on food beverage joint venture company of Japan - Indonesia. *Quality - Access to Success Vol. 20 (170)*, 130-135.
- Soled, D. (2020). Medical Student Mobilization during a Crisis: Lessons from a COVID-19 Medical Student Response Team. *Academic Medicine*, 95(9), 1384-1387, ISSN 1040-2446, <https://doi.org/10.1097/ACM.0000000000003401>
- Suseno, BD; Yusuf, FA; Hidayat, S; Surani, D. (2020). Significance of Resources Sharing Innovation in Industrial Human Competitiveness: Empirical Study at The Manufacturing Industries -- *Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptolog*, 17 (7), 6550-6561.
- Sharifi, A. (2019). A critical review of selected smart city assessment tools and indicator sets. *Journal of Cleaner Production*, 233, 1269-1283, ISSN 0959-6526, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.06.172>
- Suseno, BD, Yusuf, FA, Pawirosumarto S P . (2020). The Citizenship Engagement Quality in ASEAN and the Sustainability of

ASEAN Economic Community Performance, *International Journal of Psychosocial Rehabilitation.*, 24 (2), 2808-2820.

- Steininger, D. (2019). Linking information systems and entrepreneurship: A review and agenda for IT-associated and digital entrepreneurship research. *Information Systems Journal*, 29(2), 363-407, ISSN 1350-1917, <https://doi.org/10.1111/isj.12206>
- Suseno, BD, Yusuf, FA, Kurnia, D. (2021). Development of Patronage Ambidexterity and the Performance of Joint Venture Shopping Centers in Indonesia, *Journal Calitatea*, Volume 22, Issue 181, Pages 30-34.
- Simoni, M.D. (2019). Congestion pricing in a world of self-driving vehicles: An analysis of different strategies in alternative future scenarios. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 98, 167-185, ISSN 0968-090X, <https://doi.org/10.1016/j.trc.2018.11.002>
- Suseno, BD, and Dwiatmadja, C. (2016). Technology transfer motive of managers in Eastern Asia: empirical results from manufacture industry in Banten province, Indonesia, *Problems and perspectives in management*, 14, Iss. 2, 36-45.
- Shad, M.K. (2019). Integrating sustainability reporting into enterprise risk management and its relationship with business performance: A conceptual framework. *Journal of Cleaner Production*, 208, 415-425, ISSN 0959-6526, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.120>
- Suseno, BD. (2015). [Probe Effect Level of Eduction, Knowledge, Management, Motivation and Capabilities on Managerial Performance at The Logistic Industry In Banten Province, Indonesia](#), *VSRD International* Volume V Issue VIII Month September pp. 1-10.
- Streletskiy, D.A. (2019). Assessment of climate change impacts on buildings, structures and infrastructure in the Russian regions on permafrost. *Environmental Research Letters*,

14(2), ISSN 1748-9318, <https://doi.org/10.1088/1748-9326/aaf5e6>

- Suseno, BD, Yusuf, FA, Kurnia, D. (2021). Development of Patronage Ambidexterity and the Performance of Joint Venture Shopping Centers in Indonesia, *Quality Acces to success*, 22 (181), 30-34.
- Sousa, M. (2019). Strategic Knowledge Management in the Digital Age: JBR Special Issue Editorial. *Journal of Business Research*, 94, 223-226, ISSN 0148-2963, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.10.016>
- Suseno, BD, FA Yusuf, S Hidayat, D Surani. (2020). Penerapan Inovasi Resource Sharing dalam Mengurangi Tingginya Pengangguran di Provinsi Banten. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 18 (2), 94-102.
- Sharifi, A. (2020). A typology of smart city assessment tools and indicator sets. *Sustainable Cities and Society*, 53, ISSN 2210-6707, <https://doi.org/10.1016/j.scs.2019.101936>
- Suseno, BD, FA Yusuf, S Hidayat, D Surani. (2021). Implementing the Resource Sharing Innovation Model to Sustainably Address the High Unemployment Rate. *KnE Social Sciences*, 734-740-734-740.
- Suriyankietkaew, S. (2020). A retrospective and foresight: Bibliometric review of international research on strategic management for sustainability, 1991-2019. *Sustainability (Switzerland)*, 12(1), 1-27, ISSN 2071-1050, <https://doi.org/10.3390/SU12010091>
- Suseno, BD. (2019). The Citizenship Engagement Quality Of Student In ASEAN: Will It Be Able To Realize Sustainable Economic Community Performance In The Future, *International Conference on Democratisation in Southeast Asia (ICDeSA 2019, Advances in Social Science, Education and Humanities Research)*, Atlantis Press. .

- Suseno, BD., Sari, S., Maksun, A., & Fatoni, M. (2022). The Influence of Business Competitiveness on Relocation Decisions. *JEJAK*, 15(2), 273-282. doi:<https://doi.org/10.15294/jejak.v15i2.32379>.
- Singh, N.P. (2020). Impact of strategic and operational risk management practices on firm performance: An empirical investigation. *European Management Journal*, 38(5), 723-735, ISSN 0263-2373, <https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.03.003>
- Suseno, BD; Sofa, IH; Widayanto, MT; Basrowi. (2022). Performance, Competence, Job Satisfaction, and Financial Compensation of Cosmetics Salesforce during the COVID-19 Outbreak, *Shirkah: Journal of Economics and Business*, Vol. 7(2):187-200 DOI: <https://doi.org/10.22515/shirkah.v7i2.447>
- Saefudin, Suseno, BD, UW Nuryanto. (2019) . Peran Kontrak Psikologis Sebagai Pengungkit Kinerja Pelabuhan Perikanan Nusantara Karangantu Banten, *Tirtayasa Ekonomika* 14 (2), 232-246.
- Suseno, BD. (2013). Strength Wazir Capital For Growth Drivers In a Family Owned Company Natives: evidence from Indonesia (A Literature Review and Future Research Agenda), *International Conference on Customer Service System and Management, Procedia - Social and Behavioral Sciences* 00 (2013) 000-000.
- Suseno, BD; Yusuf, FA Hidayat, S; Surani, D (2022). Application of the Resource Sharing Innovation Model in Addressing the High Unemployment Rate in a Sustainable Way, *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, Management Scientific Journal*, Volume 12 Number 2, pp. 306-318, http://dx.doi.org/10.22441/jurnal_mix.2022.v12i2.010.
- Sukier, H.B. (2020). Strategic human resource management from a sustainable approach. *Opcion*, 36(91), 929-953, ISSN 1012-1587

- Suseno, BD and Mukhlis, A. (2023). The Role of Collectivism's Innovation Capacity as a Predictor of Recovery in Industrial Estate Performance, *SCMS Journal of Indian Management*, Vol. 20 No. 2 (April-Juni), pp.19-33.
- Sachatny, D. (2019). A lane-based approach for large-scale strategic conflict management for UAS service suppliers. 2019 International Conference on Unmanned Aircraft Systems, ICUAS 2019, 937-945, <https://doi.org/10.1109/ICUAS.2019.8798157>
- Suseno, BD. (2022) Suksesi Perusahaan Keluarga Berkelanjutan Sinyal Mendeteksi Putra Mahkota, AA. Rizky [Suseno, BD. (2023). Sustained Family Company Succession Signal Detects Crown Prince, AA Rizky].
- Stiles, J. (2020). Strategic niche management in transition pathways: Telework advocacy as groundwork for an incremental transformation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 34, 139-150, ISSN 2210-4224, <https://doi.org/10.1016/j.eist.2019.12.001>
- Suseno, BD, Basrowi. (2023). Role of the Magnitude of Digital Adaptability in Sustainability of Food and Beverage Small Enterprises Competitiveness, *HighTech and Innovation Journal*, Vol. 4, No. 2, pp. 270-282, DOI: <https://doi.org/10.28991/HIJ-2023-04-02-02>.
- Sabet, E. (2020). A strategic and global manufacturing capacity management optimisation model: A Scenario-based multi-stage stochastic programming approach. *Omega (United Kingdom)*, 93, ISSN 0305-0483, <https://doi.org/10.1016/j.omega.2019.01.004>
- Suseno, BD, Sutisna, Syamsul H, Basrowi. (2023). Halal supply chain and halal tourism industry in forming economic growth, *Uncertain Supply Chain Management*, 11 (2023) 1433-1440, DOI: <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.8.003>.

- Yusuf, FA; Suseno, BD. (2020). Sustainability Innovativeness Agility as an Intervening Variable in the Managerial Competence to Business Performance Relationship of a Family-Owned Company, *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, Volume 13, Issue 9, pp. 479-498.
- Wiyono, YA, Hunainah, Suseno, BD. (2021). The Role of Voluntary Sharing Contagion to Strengthen the Performance of Baznas in Indonesia, *Psychology and Education Journal* 58 (2), 3954-3966.
- Wernerfelt, B. (2014) A resource-based view of the firm. *Strategic management journal*, 5(2),171-180.
- Worogati; Suseno, BD.(2022). Micro-Enterprise Resilience Cowhide Crackers "RSD": Strategies to Increase Business Capacity, *International Journal Of Engagement And Empowerment* , Vol. 2, No. 1, Pp.25-32<https://doi.org/10.53067/Ije2.V2i1>.
- Warf, F P. Stutz, B (2007). *The World Economy: Resources, Location, Trade and Development* (5th ed.). Upper Saddle River: Pearson. ISBN 978-0132436892.

TENTANG PENULIS



Bambang D. Suseno, lahir di Jakarta dan lulus S3 dari Program Doktor Ilmu Manajemen - Universitas Diponegoro, Semarang. Saat ini sebagai **Guru Besar bidang Ilmu Manajemen** pada Program Studi Magister Manajemen, dengan tugas tambahan sebagai Wakil Rektor bidang: Akademik, Mutu, Inovasi & P2M, Universitas Bina Bangsa di Kota Serang. Bambang aktif sebagai anggota ASEAN

Muslim Community Association. Ia tercatat aktif berjejaring sesama dosen di beberapa universitas di ASEAN, sebagai member of ASEAN Lecturer Community (ALC) sejak tahun 2021. Pada tahun 2018 menjadi konsultan jangka pendek bidang Skill Development Center, kerjasama Bappenas RI dengan Pemerintah Negara Bagian Queensland-Australia.

Bambang meminati riset berkaitan dengan Family Firm, HRM, Knowledge Management & Innovation, Creativity Management dan Tourism Manajemen. Hibah riset dari kementerian: Penelitian Disertasi Doktor (2017), INSINAS Kemenristekdikti-BRIN (tahun 2020 dan 2021), Penelitian Dasar Kompetisi Nasional Kemendikbud-Ristek (2022) dan pada tahun 2023 sebagai inisiator dan kontributor pada tim riset dengan judul "Peran Model Agilitas Digital Ekonomi Sebagai Kontributor Percepatan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat" di Kelompok Riset Koperasi, Korporasi dan Ekonomi BRIN RI, yang mendapatkan hibah pembiayaan dari BRIN dan BPJS Ketenagakerjaan.

Beliau juga aktif mendesiminasikan hasil risetnya dengan menulis artikel pada jurnal terindeks Sinta 2 dan jurnal internasional bereputasi terindeks Scopus, Buku ajar, Buku Refrensi, Monograf, Book Chapter dan artikel populer di media masa. Bambang sejak tahun 2019 sd. Sekarang sebagai anggota Majelis Pertimbangan Kelitbangan Pem-Kot Serang. Beliau

beberapa kali ditunjuk sebagai anggota panitia seleksi Pejabat Tinggi Pratama di Pem-Kota Serang dan Pem-Provinsi Banten, disamping sebagai counterpart pada beberapa penyusunan naskah akademik dan naskah urgensi di bidang pendirian BUMD penjaminan, Perda Pengelolaan Zakat, Penanganan Stunting, Pembentukan Daerah Otonomi Baru, dan pendirian BUMD Agrobisnis. Beliau sejak tahun 2012 pengurus ISEI Banten. Bambang juga tercatat sebagai anggota pengurus ICMI Banten. Pada kepengurusan Aliansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Swasta (AFEBSI) menjabat sebagai Dewan Pembina untuk masa bakti 2021-2025.

Sejak tahun 2023, LPPM Universitas Terbuka (UT) menunjuknya sebagai tim reviewer keilmuan. Ia aktif dalam kegiatan kemasyarakatan di lingkungan tempat tinggalnya, sebagai bendahara DKM Al-Ikhlas Mandala Citra sejak tahun 2001 hingga kini.

Scopus ID : 57189702987; Web of Science Researcher ID: AFH-0560-2022; Publon ID: 3513670; Orchid ID: <https://orcid.org/0000-0001-8196-6146>; Email: pascasarjana230@gmail.com

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 : EC002023117817, 24 November 2023

Pencipta

Nama : **Prof. Dr. Bambang D. Suseno, M.M**

Alamat : Jl. Ayip Usman Mandala Citra Indah F10 No. 11 Cimuncang Kota Serang 42111, Serang, Banten, 42111

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Prof. Dr. Bambang D. Suseno, M.M**

Alamat : Jl. Ayip Usman Mandala Citra Indah F10 No. 11 Cimuncang Kota Serang 42111, Serang, Banten, 42111

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Buku**

Judul Ciptaan : **Manajemen Strategis Era Digital: Terintegrasi Riset Dan Kontekstual**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 21 November 2023, 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 : 000550772

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 Hak Cipta dan Desain Industri



Anngoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

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