

**Editor:**  
**Nila Rusiardi Jayanti, M.Kom.**  
**Mutiara Oktavia Cahyana, S.Kom.**



# Manajemen **STRATEGI**

**Dr. Jatmiko Wahyu Nugroho, S.Kom., M.Si.**  
**Ari Wibowo, S.E., M.Sc.**  
**Asep Kurniawan, S.E., M.M., M.Sc., C.A.Tr.**  
**Arie Surachman, M.Kom.**  
**Dr. (C). Farid Subkhan, M.E., M.DEV.**  
**Adi Nugroho, S.T., M.M., CPHRM., CETP.**  
**Shamad Hasanul Azmi, S.E., M.M.**  
**Yanti Krismayanti, S.E., M.Pd.**

# Manajemen STRATEGI

1. **Konsep Manajemen Strategi:** Bab ini membahas konsep dasar tentang manajemen strategi, termasuk pengertian, tujuan, dan elemen-elemen utamanya. Ini mencakup pemahaman tentang proses pengembangan strategi, peran pemimpin dalam menetapkan visi dan misi perusahaan, serta pentingnya penciptaan keunggulan kompetitif.
2. **Analisis Lingkungan:** Bab ini membahas teknik dan alat analisis lingkungan bisnis, seperti analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Hukum), analisis industri Porter, dan analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman). Tujuannya adalah untuk memahami faktor-faktor eksternal yang memengaruhi strategi perusahaan.
3. **Strategi Generik:** Membahas tentang strategi generik yang diperkenalkan oleh Michael Porter, yaitu kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan fokus. Bab ini menguraikan kelebihan dan kelemahan masing-masing strategi serta bagaimana perusahaan dapat menerapkannya dengan efektif dalam lingkungan yang berbeda.
4. **Strategi Kompetisi:** Fokus pada strategi-strategi yang digunakan perusahaan untuk bersaing dalam pasar yang kompetitif. Ini mencakup strategi penetrasi pasar, pengembangan produk, diversifikasi, dan integrasi vertikal, serta cara menghadapi persaingan yang intensif dari pesaing.
5. **Strategi Inovasi:** Bab ini membahas pentingnya inovasi dalam menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang bagi perusahaan. Ini mencakup strategi inovasi produk, proses, dan pemasaran, serta upaya untuk menciptakan budaya inovasi yang berkelanjutan dalam organisasi.
6. **Strategi Merger & Akuisisi:** Mengulas tentang strategi pertumbuhan perusahaan melalui merger dan akuisisi. Bab ini membahas alasan di balik merger dan akuisisi, proses pelaksanaannya, serta strategi integrasi pasca-merger untuk mencapai sinergi dan nilai tambah bagi perusahaan.
7. **Strategi Keuangan:** Fokus pada pengelolaan keuangan perusahaan sebagai bagian dari strategi keseluruhan. Ini mencakup penggunaan leverage, struktur modal, kebijakan dividen, dan manajemen risiko keuangan untuk mencapai tujuan strategis perusahaan.
8. **Strategi Pengembangan Bisnis:** Bab ini membahas strategi pengembangan bisnis untuk memperluas portofolio produk atau layanan perusahaan, mencapai pertumbuhan organik atau melalui investasi, dan menjelajahi peluang pasar baru. Ini mencakup diversifikasi, ekspansi internasional, dan pengembangan bisnis baru.

# MANAJEMEN STRATEGI

**Dr. Jatmiko Wahyu Nugroho, S.Kom., M.Si.**

**Ari Wibowo, S.E., M.Sc.**

**Asep Kurniawan, S.E., M.M., M.Sc., C.A.Tr.**

**Arie Surachman, M.Kom.**

**Dr. (C). Farid Subkhan, M.E., M.DEV.**

**Adi Nugroho, S.T., M.M., CPHRM., CETP.**

**Shamad Hasanul Azmi, S.E., M.M.**

**Yanti Krismayanti, S.E., M.Pd.**



**eureka**  
**media aksara**

**PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA**

## MANAJEMEN STRATEGI

**Penulis** : Dr. Jatmiko Wahyu Nugroho, S.Kom., M.Si.  
Ari Wibowo, S.E., M.Sc.  
Asep Kurniawan, S.E., M.M., M.Sc., C.A.Tr.  
Arie Surachman, M.Kom.  
Dr. (C). Farid Subkhan, M.E., M.DEV.  
Adi Nugroho, S.T., M.M., CPHRM., CETP.  
Shamad Hasanul Azmi, S.E., M.M.  
Yanti Krismayanti, S.E., M.Pd.

**Editor** : Nila Rusiardi Jayanti, M.Kom.  
Mutiara Oktavia Cahyania, S.Kom.

**Desain Sampul** : Eri Setiawan

**Tata Letak** : Rizki Rose Mardiana

**ISBN** : 978-623-120-557-5

**No. HKI** : EC00202430626

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, APRIL 2024**  
**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 : 2024

### **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

Dalam era ketidakpastian dan perubahan yang terus-menerus, manajemen strategi menjadi landasan yang kokoh bagi keberhasilan suatu organisasi. Buku ini hadir sebagai panduan komprehensif yang membantu pembaca memahami dan menerapkan prinsip-prinsip esensial dalam merancang dan melaksanakan strategi yang efektif dalam berbagai konteks bisnis.

Manajemen strategi tidak lagi hanya menjadi tanggung jawab para eksekutif tingkat atas, tetapi juga menjadi keahlian yang dibutuhkan oleh semua tingkatan dalam suatu organisasi. Dalam buku ini, kami berusaha untuk menjelaskan konsep-konsep kompleks dalam bahasa yang mudah dipahami, sehingga setiap pembaca, baik yang berpengalaman maupun yang baru memasuki dunia bisnis, dapat memperoleh pemahaman yang mendalam tentang manajemen strategi.

Melalui serangkaian bab yang terstruktur dengan baik, pembaca akan dibimbing melalui proses mulai dari analisis lingkungan eksternal dan internal, pengembangan strategi, hingga implementasi dan pengukuran kinerja strategis. Kami juga menyertakan contoh-contoh kasus nyata dan studi kasus untuk memberikan ilustrasi praktis tentang bagaimana teori dapat diaplikasikan dalam situasi dunia nyata.

Saat menulis buku ini, kami sadar akan pentingnya keterlibatan pembaca dalam pemahaman konsep-konsep yang disajikan. Oleh karena itu, kami mengundang Anda untuk aktif terlibat dalam pembelajaran ini dengan mempertimbangkan bagaimana konsep-konsep tersebut dapat diterapkan dalam konteks Anda sendiri.

Salam sukses,  
Tim Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB 1 KONSEP MANAJEMEN STRATEGI .....</b>	<b>1</b>
A. Pendahuluan .....	1
B. Definisi Strategi.....	3
C. Tingkatan Bahasa Pemrograman .....	4
D. Komponen Utama Manajemen Strategis .....	6
E. Prinsip Inti Manajemen Strategis .....	7
F. Proses Perencanaan Strategis.....	9
G. Proses Manajemen Strategis .....	11
H. Penutup .....	19
DAFTAR PUSTAKA.....	21
<b>BAB 2 ANALISIS LINGKUNGAN .....</b>	<b>23</b>
A. Pendahuluan .....	23
B. Perubahan Dinamika Lingkungan Bisnis.....	23
C. Kebutuhan Organisasi dalam Menghadapi Perubahan Lingkungan.....	24
D. Pentingnya Manajemen Strategi.....	26
E. Relevansi Analisis Lingkungan.....	26
F. Konsep Analisis Lingkungan.....	28
G. Hubungan Analisis Lingkungan dengan Manajemen Strategi .....	30
H. Integrasi Analisis Lingkungan dalam Pengambilan Keputusan Strategis.....	31
I. Konteks Analisis Lingkungan dalam Manajemen Strategi.....	32
J. Implementasi Analisis Lingkungan dalam Manajemen Strategi pada Organisasi Tertentu.....	33
K. Kesimpulan .....	35
L. Rekomendasi.....	35
DAFTAR PUSTAKA.....	37

<b>BAB 3</b>	<b>STRATEGI GENERIK .....</b>	<b>39</b>
	A. Pengenalan Strategi Generik .....	39
	B. Tiga Jenis Strategi Generik .....	43
	C. Pemilihan Strategi Generik yang Sesuai .....	48
	D. Implementasi Strategi Generik.....	50
	E. Kesimpulan.....	52
	DAFTAR PUSTAKA .....	54
<b>BAB 4</b>	<b>STRATEGI KOMPETISI DALAM BISNIS (KONKURENSI).....</b>	<b>55</b>
	A. Pendahuluan.....	55
	B. Analisis Lingkungan Bisnis .....	57
	C. Identifikasi Pesaing .....	58
	D. Pengembangan Strategi Kompetitif.....	60
	E. Inovasi dan Dampaknya pada Kompetisi.....	63
	F. Strategi Kompetitif dalam Bisnis Digital.....	66
	G. Evaluasi dan Implementasi Strategi .....	69
	H. Studi Kasus .....	72
	I. Tantangan dan Peluang di Era Kompetisi Global .....	75
	J. Rangkuman.....	77
	DAFTAR PUSTAKA .....	79
<b>BAB 5</b>	<b>STRATEGI INOVASI.....</b>	<b>83</b>
	A. Pengertian Inovasi.....	83
	B. Disrupsi Inovasi .....	85
	C. Menciptakan Nilai Inovasi .....	86
	D. Model Inovasi .....	88
	E. Membangun Organisasi Inovatif .....	91
	F. Strategi Inovasi .....	93
	DAFTAR PUSTAKA .....	97
<b>BAB 6</b>	<b>STRATEGI MERGER &amp; AKUISISI.....</b>	<b>101</b>
	A. Pendahuluan.....	101
	B. Sejarah Merger & Akuisisi.....	102
	C. Pengertian Merger & Akuisisi.....	103
	D. Tujuan Merger & Akuisisi .....	104
	E. Jenis-Jenis Merger & Akuisisi.....	106
	F. Unsur Merger & Akuisisi .....	108
	DAFTAR PUSTAKA .....	110

<b>BAB 7</b>	<b>STRATEGI KEUANGAN .....</b>	<b>111</b>
	A. Pendahuluan .....	111
	B. Konsep Dasar Manajemen Keuangan.....	111
	C. Fungsi dan Tujuan Manajemen Keuangan.....	112
	D. Prinsip Manajemen Keuangan .....	114
	E. Keputusan Investasi .....	117
	F. Keputusan Pendanaan .....	122
	G. Kebijakan Dividen .....	123
	DAFTAR PUSTAKA.....	125
<b>BAB 8</b>	<b>STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS .....</b>	<b>126</b>
	A. Pendahuluan .....	126
	B. Analisis Lingkungan Bisnis .....	127
	C. Visi, Misi, Tujuan Organisasi.....	132
	D. Pengembangan Strategi Bisnis.....	132
	E. Implementasi Strategi.....	133
	DAFTAR PUSTAKA .....	140
	<b>TENTANG PENULIS.....</b>	<b>142</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 5. 1 Jenis Inovasi.....	84
Tabel 5. 2 Perbedaan dalam Sub Model Inovasi.....	90
Tabel 7. 1 Simulasi Bengkel Motor .....	118
Tabel 7. 2 NPV Bengkel Motor.....	118
Tabel 7. 3 Simulasi Bengkel Mobil.....	119
Tabel 7. 4 NPV Bengkel Mobil .....	119
Tabel 7. 5 Simulasi Pedapatan Bengkel Motor .....	120
Tabel 7. 6 Simulasi Pendapatan Bengkel Mobil.....	121

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 5. 1 Kematian Bisnis Akibat Disrupsi Inovasi .....	85
Gambar 5. 2 Kanvas Proposisi Nilai .....	87
Gambar 5. 3 Model Inovasi Berbasis Teknologi.....	89
Gambar 5. 4 Model Inovasi Berbasis R&D .....	90

# BAB

# 1

# KONSEP MANAJEMEN STRATEGI

Dr. Jatmiko Wahyu Nugroho, S.Kom., M.Si

## A. Pendahuluan

Manajemen strategis adalah proses penting yang memberdayakan organisasi untuk mencapai tujuan dan sasaran mereka dengan tepat. Meliputi perumusan dan pelaksanaan strategi, manajemen strategis memfasilitasi pencapaian keunggulan kompetitif dalam industri (Ansoff, 1965; Porter, 1980). Bab ini menawarkan tinjauan komprehensif tentang konsep manajemen strategis, menyoroti definisi, proses manajemen strategis, dan pentingnya manajemen strategis dalam organisasi. Dengan memahami ide-ide dasar ini, pembaca akan memperoleh pengetahuan yang diperlukan untuk menavigasi ranah manajemen strategis yang rumit.

Manajemen strategis adalah disiplin ilmu yang dinamis yang telah menjadi terkenal di lingkungan bisnis yang bergerak cepat saat ini. Hal ini memerlukan seni dan ilmu pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan organisasi untuk mewujudkan tujuannya (Johnson dkk., 2008). Keputusan-keputusan ini melibatkan analisis lingkungan internal dan eksternal organisasi, mengenali peluang dan ancaman, serta merancang strategi untuk memanfaatkan peluang sambil meminimalkan ancaman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ansoff, I. (1965). *Corporate strategy: An analytic approach to business policy for growth and expansion*. McGraw-Hill.
- Bower, J. L., & Christensen, C. M. (1995). *Disruptive technologies: Catching the wave*. Harvard Business Review Press
- Bryson, J. M. (2018). *Strategic planning for public and nonprofit organizations: A guide to strengthening and sustaining organizational achievement*. John Wiley & Sons.
- Eisenhardt, K. M., & Sull, D. N. (2001). Strategy as simple rules. *Harvard Business Review*, 79(1), 106-116.
- Hilman, C., Mon, M. D., Sidjabat, S., Simarmata, N., Rais, R., & Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). *Strategic management: concepts and cases: competitiveness and globalization*. Cengage Learning.
- Hofer, C. W., & Schendel, D. (1978). *Strategy formulation: Analytical concepts*. West Publishing Company.
- Johnson, G., Whittington, R., & Scholes, K. (2008). *Exploring corporate strategy: Text and cases*. Pearson Education.
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regner, P. (2017). *Exploring strategy: text and cases*. Pearson.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard: Translating strategy into action*. Harvard Business Press.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2008). *The execution premium: Linking strategy to operations for competitive advantage*. Harvard Business Press.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (1998). *Strategy safari: A guided tour through the wilds of strategic management*. Free Press.

- Nugroho, J. W. (2022). Perencanaan Dan Pengembangan SDM. Global Eksekutif Teknologi.
- Porter, M. E. (1980). Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors. Free Press. Porter, M. E. (1996). What is strategy?. Harvard Business Review,74(6), 61-78.

# BAB

# 2

# ANALISIS LINGKUNGAN

Ari Wibowo., S.E., M.Sc.

## A. Pendahuluan

Konsep analisis lingkungan dalam manajemen strategi dimulai dengan menyoroti perubahan dinamika lingkungan bisnis, menciptakan latar belakang yang penting untuk penelitian analisis lingkungan dalam manajemen strategi. Evolusi yang terus-menerus dan kompleksitas dalam lingkungan bisnis modern menciptakan tantangan unik bagi organisasi. Perubahan cepat dalam teknologi, kebijakan pemerintah, dan dinamika pasar global menuntut organisasi untuk memiliki pemahaman mendalam tentang faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi kinerja mereka. Dengan adanya konteks evolusi dan kompleksitas ini, organisasi dihadapkan pada kebutuhan yang mendesak untuk merinci dan menganalisis elemen-elemen lingkungan yang dapat membentuk jalannya strategi.

## B. Perubahan Dinamika Lingkungan Bisnis

Perubahan dinamika lingkungan bisnis mengacu pada transformasi terus-menerus dalam faktor-faktor eksternal yang memengaruhi organisasi. Ini melibatkan evolusi dalam teknologi, tren pasar, regulasi pemerintah, serta perubahan dalam preferensi konsumen. Konteks evolusi dan kompleksitas lingkungan bisnis menunjukkan bahwa pergeseran dalam ekosistem bisnis menjadi semakin cepat dan kompleks. Faktor-

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiyana, M., 2009. Memperkuat Manajemen Strategis dengan Pengukuran Kinerja dalam Organisasi Sektor Publik. *Jurnal Ekonomi UNY*, pp.1-14.
- Ahmad, D.I., 2020. *Manajemen Srategis*. Nas Media Pustaka.
- Arifudin, O., 2021. *Manajemen Strategik Teori dan Implementasi*.
- Dasuki, R.E., 2021. Manajemen Strategi: Kajian Teori Resource Based View. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), pp.447-454.
- Effendi, M.I. and Kusmantini, T., 2021. *Manajemen Strategi Evolusi Pendekatan dan Metodologi Penelitian*.
- Hajar, H.I., 2019. *Manajemen Strategik-Konsep Keunggulan Bersaing*. Penerbit Andi.
- Hamid, D., 2015. *Konsep Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis. Modul Kebijakan Bisnis*, pp.1-58.
- Hardjati, S., Wahyudi, K.E. and Hidayat, E., 2013. *Manajemen Strategi Sektor Publik*.
- Hutabarat, Z.S., Andriani, L., Sembiring, B. and Lina, R.T., 2023. *Manajemen Strategi*.
- Novianto, E., 2019. *Manajemen Strategis*. Deepublish.
- Nugraha, Q., 2014. *Manajemen Strategis. Manajemen Strategis Pemerintahan*.
- Poernomo, D., 2015. *Manajemen Strategis Smart City*. In *Seminar Nasional Riset Terapan (SENASSET)*.
- Prabowo, R.G.M., 2019. *Manajemen Strategi*.
- Ramli, Y. and Kartini, D., 2023. *Manajemen Strategik dan Bisnis*. Bumi Aksara.

- Sholikhah, V., 2021. Manajemen Strategi Ekonomi Agribisnis dalam Konteks Ilmu Ekonomi Mikro. LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syariah, 2(2), pp.113-129.
- Surjani P, R., 2002. Manajemen Strategi dalam Menghadapi Era Globalisasi. Unitas, 11(1), pp.20-36.
- Suherman, A., 2022. Manajemen Strategi. Drestanta Pelita Indonesia Press.
- Widayanto, M.T., 2020. Analisis Penerapan Manajemen Strategik dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Usaha. JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan), 5(3), pp.173-182.
- Widayanto, M.T., Hermawan, D.J. and Natsir, M., 2020. Implementasi Manajemen Strategik dan Hubungannya dengan Keberlangsungan (Going Concern) Usaha. SKETSA BISNIS, 7(2), pp.72-83.
- Wono, H.Y., Supriaddin, N., Amin, F., Indriastuti, Y. and Sufa, S.A., 2023. Media Sosial, Literasi Digital, dan Inovasi Bisnis Trikotomi Baru dalam Manajemen Strategi. Branding: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2(1).
- Yam, J.H., 2020. Manajemen Strategi: Konsep & Implementasi. Nas Media Pustaka.
- Yulianti, D., 2014. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan (Studi Kasus di PT. Perkebunan Nusantara VII Lampung). SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial Dan Budaya, 16(2), pp.103-114.



# BAB 3

## STRATEGI GENERIK

Asep Kurniawan., SE., MM., M.Sc., C.A.Tr

### A. Pengenalan Strategi Generik

Strategi generik merupakan konsep yang fundamental dalam manajemen strategi yang membahas pendekatan umum yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing di pasar. Definisi strategi generik mencakup pemilihan dan implementasi jenis-jenis strategi umum, seperti biaya rendah, diferensiasi, dan fokus, yang didefinisikan oleh Michael Porter. Konsep ini menjadi landasan penting dalam pembangunan rencana bisnis dan strategi perusahaan karena memungkinkan perusahaan untuk memposisikan diri mereka dengan cara yang membuat mereka lebih unggul daripada pesaing mereka (Porter, 1980).

Pentingnya strategi generik dalam manajemen strategi tidak dapat diabaikan, karena memahami dan menerapkan strategi generik yang tepat dapat membantu perusahaan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, membedakan diri dari pesaing, dan memperoleh keunggulan kompetitif. Selain itu, strategi generik juga memainkan peran penting dalam mencapai keunggulan bersaing jangka panjang, membangun posisi yang berkelanjutan di pasar, dan menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan pasar (Porter, 2008).

## DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. B., & Clark, D. N. (2007). *Resource-based theory: Creating and sustaining competitive advantage*. Oxford University Press.
- David, F. R., & David, F. R. (2015). *Strategic management: Concepts and cases; a competitive advantage approach* (15. ed., global ed). Pearson.
- Fishman, C. (2006). *The Wal-Mart effect: How the world's most powerful company really works - and how it's transforming the American economy*. Penguin Press.
- Grant, R. M. (2016). *Contemporary strategy analysis: Text and cases* (Ninth Edition). Wiley.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2016). *Strategic Management* (12th ed). Cengage Learning.
- Kahney, L. (2012). *Inside Steve's brain* (Expanded edition). Atlantic Books.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15 [edition]). Pearson.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* (2nd ed). Free Press.
- Rothärmel, F. T. (2015). *Strategic management* (Second edition). McGraw-Hill Education.
- Thompson, A. A., & Strickland, A. J. (2003). *Strategic management: Concepts and cases* (13th ed). McGraw-Hill/Irwin.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic management and business policy: Toward global sustainability* (13th ed). Pearson Prentice Hall.

# BAB

# 4

## STRATEGI KOMPETISI DALAM BISNIS (KONKURENSI)

Arie Surachman., M.Kom.

### A. Pendahuluan

#### 1. Pengenalan tentang Strategi Kompetisi

Strategi kompetisi merujuk pada serangkaian tindakan yang direncanakan dan diimplementasikan oleh sebuah perusahaan untuk mencapai keunggulan relatif di pasar yang kompetitif (Hamid, R. S., et al., 2023). Ini mencakup berbagai pendekatan yang dirancang untuk membedakan perusahaan dari pesaingnya, baik melalui produk, layanan, harga, atau faktor lainnya. Strategi kompetisi seringkali melibatkan analisis pasar yang mendalam, pemahaman terhadap pesaing, serta penentuan posisi yang tepat dalam pasar (Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E., 2019).

#### 2. Pentingnya Strategi Kompetisi dalam Bisnis

Strategi kompetisi memiliki peran yang sangat vital dalam kesuksesan sebuah bisnis, terutama dalam lingkungan pasar yang kompetitif (Lestari, E. R., 2019). Beberapa alasan mengapa strategi kompetisi sangat penting antara lain:

##### a. Mengidentifikasi Peluang

Melalui strategi kompetisi, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang-peluang baru dalam pasar dan merencanakan pendekatan yang efektif untuk memanfaatkannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, U., & Santoso, C. B. (2018). ALIANSI STRATEGIS UNTUK MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM (STUDI PADA SP ALUMINIUM YOGYAKARTA). *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 6(3).
- Ananda, T. A., Dewi, N. K., & Saleh, M. Z. (2023). Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 98-107.
- Basalamah, R., & Erwaedy, A. (2021). *Manajemen Inovasi dalam Bisnis*. AE Publishing.
- Darsyah, S. (2023). Model Deskriptif Manajemen Strategik: Proses Manajemen Strategik, Lingkungan Eksternal, Lingkungan Internal, Formulasi Strategi. *Jurnal Adzkiya*, 7(1), 46-58.
- H Nasir Asman, M. M. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)*. Penerbit Adab.
- Hamid, R. S., Utami, B., Wijayanti, T. C., Herawati, B. C., Permana, D., Siswanto, A., ... & Hidayat, A. C. (2023). *MANAJEMEN STRATEGIS: Konsep dan Aplikasi dalam Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Iqbal, A. (2021). Analisis Peran Corporate Social Responsibility terhadap Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan pada Industri Ritel. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 22-36.
- Istiqomah, N. H. (2023). Transformasi Pemasaran Tradisional ke e-Marketing: Tinjauan Literatur tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 4(2), 72-87.
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, P., Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., ... & Lova, A. N. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN: Strategi dan Praktek yang efektif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Julia, M., & Masyruroh, A. J. (2022). Literature Review Determinasi Struktur Organisasi: Teknologi, Lingkungan Dan Strategi Organisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 383-395.
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.
- Marpaung, S. F., Siregar, H. Z., Abdillah, F., Fadilla, H., & Manurung, M. A. P. (2023). Dampak Transformasi Digital terhadap Inovasi Model Bisnis dalam Start-up Teknologi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6111-6122.
- Muksin, A., Maharani, T. Z., Gita, N. Z., Rosicky, R., Febriyanti, A. T. S., & Nurjanah, W. (2023). Analisis Lingkungan Eksternal Dalam PT. Perkebunan Nusantara VII Lampung. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 1(1), 181-187.
- Muktamar, A., Susanti, E., & Resita, R. (2024). Peran Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia. *Journal Of International Multidisciplinary Research*, 2(1), 124-131.
- Mustikarani, T. D., & Irwansyah, I. (2019). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Fashion Indonesia. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2(01), 8-18.
- Nailuvary, S., Ani, H. M., & Sukidin, S. (2020). Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 14(1), 185-193.
- Purwaningsih, P., Mawardi, I., & Usman, N. (2023). Manajemen Strategik Gerakan Sekolah Menyenangkan Dalam Mewujudkan Profil Pelajar

- Pancasila. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 12-27.
- Sahputra, E. S. A., & Nendi, I. (2024). Penerapan Big Data Dan Analytics Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif. *Cakrawala Repositori IMWI*, 7(1), 3160-3167.
- Said, R. F., Maharani, A. P., Ramadhani, A. K., Nurkamila, R., Lufenia, A. E., Sari, A. K., & Rifda Fitrianty SE, M. M. (2024). Maksimalkan Kelezatan Dan Khasiat: Perencanaan Strategis Pemasaran Minuman Aloe vera Dengan Pendekatan SWOT. *Jurnal Hilirisasi Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 40-49.
- Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies (Vol. 1)*. Sah Media.
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. Universitas Brawijaya Press.
- Sholeh, M. I. (2023). Menghadapi Persaingan Sengit Lembaga Pendidikan: Strategi Diferensiasi dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia. *AKSI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(3), 192-222.
- Sono, M. G., Assayuti, A. A., & Rukmana, A. Y. (2023). Hubungan Antara Perencanaan Strategis, Ekspansi Pasar, Keunggulan Kompetitif Terhadap Pertumbuhan Perusahaan Fashion di Jawa Barat. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(02), 142-152.
- Syamhari, W. (2023). Globalisasi dan Tatanan Ekonomi Baru. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(01), 23-31.
- Yuliar, A. (2021). Strategi Islamic Human Capital Management Dalam Peningkatan Kinerja Pegawai Bank Syariah Indonesia. *Bertuah: Journal of Shariah and Islamic Economics*, 2(2), 1-12.

Zahara, A. P., Danial, R. D. M., & Samsudin, A. (2020). Strategi Diferensiasi sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Bersaing pada UKM Furniture. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 20-27.

# BAB

# 5

# STRATEGI INOVASI

DR. (C). Farid Subkhan, M.E., M.DEV.

## A. Pengertian Inovasi

Inovasi merupakan bagian yang sangat penting dalam sebuah proses bisnis organisasi maupun perusahaan. Kemampuan organisasi dalam melakukan inovasi sesuai dengan kebutuhan pasar akan menentukan apakah sebuah organisasi akan dapat bertahan dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Para pakar memiliki perspektif yang berbeda-beda dalam mendefinisikan inovasi.

Peter Drucker (1985) mendefinisikan inovasi sebagai keahlian kewirausahaan yang mampu memanfaatkan perubahan lingkungan bisnis menjadi peluang untuk kepentingan bisnis maupun layanan yang berbeda-beda. Sedangkan Michael Porter (1990) menganggap inovasi sebagai upaya perusahaan untuk membangun keunggulan kompetitif dengan pesaingnya – termasuk inovasi teknologi baru dan cara baru dalam bekerja atau melakukan sesuatu. Dan yang menarik, Richard Branson (1998) mengatakan bahwa inovasi bisnis adalah kemampuan organisasi untuk hidup dan bernafas diluar kebiasaan “*outside the box*” (Tidd, Joe; Bessant, 2013). Hal ini merupakan kombinasi antara ide yang luar biasa, karyawan yang bermotivasi tinggi, dan insting kemampuan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dari semua pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa inovasi merupakan kemampuan mengeksploitasi ide baru dan



## DAFTAR PUSTAKA

- Alexieva, Valentina Nikolova; Alexieva, Iordanka; Valeva, Katina Valeva; Petrova, M. (2022) 'Model of the Factors Affecting the Eco-Innovation Activity of Bulgarian Industrial Enterprises', *Risks*, 10(178), pp. 1-23. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/risks10090178>.
- Ali, M. (2021) 'Imitation or innovation: To what extent do exploitative learning and exploratory learning foster imitation strategy and innovation strategy for sustained competitive advantage?☆', *Technological Forecasting and Social Change*, 165(January2020), p. 120527. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120527>.
- Bahl, M., Lahiri, S. and Mukherjee, D. (2021) 'Managing internationalization and innovation tradeoffs in entrepreneurial firms: Evidence from transition economies', *Journal of World Business*, 56(1), p. 101150. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101150>.
- Bahoo, S., Cucculelli, M. and Qamar, D. (2023) 'Artificial intelligence and corporate innovation: A review and research agenda', *Technological Forecasting and Social Change*, 188, pp. 1-79. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122264>.
- Bellandi, M., Donati, L. and Cataneo, A. (2021) 'Social innovation governance and the role of universities: Cases of quadruple helix partnerships in Italy', *Technological Forecasting and Social Change*, 164(February 2020), p. 120518. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120518>.
- Benzidia, S., Makaoui, N. and Subramanian, N. (2021) 'Impact of ambidexterity of blockchain technology and social factors on new product development: A supply chain and Industry 4.0 perspective', *Technological Forecasting and Social Change*, 169(May), p. 120819. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120819>.

- Buciuni, G. and Pisano, G. (2021) 'Variety of Innovation in Global Value Chains', *Journal of World Business*, 56(2), p. 101167. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101167>.
- Caballero-Morales, S.O. (2021) 'Innovation as recovery strategy for SMEs in emerging economies during the COVID-19 pandemic', *Research in International Business and Finance*, 57(February), p.101396. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2021.101396>.
- Calabrese, A. et al. (2021) 'How sustainable-orientated service innovation strategies are contributing to the sustainable development goals', *Technological Forecasting and Social Change*, 169(May), p.120816. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120816>.
- Fitzgerald, T. et al. (2021) 'Innovation Search Strategy and Predictable Returns', *Management Science*, 67(2), pp. 1109–1137. Available at: <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3480>.
- Fuchs, C. and Golenhofen, F.J. (2019) *Mastering Disruption and Innovation in Product Management, Management for Professionals*. Cham: Springer International Publishing. Available at: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-93512-6\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-319-93512-6_11).
- Füller, J. et al. (2022) 'How AI revolutionizes innovation management – Perceptions and implementation preferences of AI-based innovators', *Technological Forecasting and Social Change*, 178(March), p. 121598. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121598>.
- Gutierrez, L. et al. (2022) 'Rainbow Wash or Rainbow Revolution? Dynamic Stakeholder Engagement for SDG-Driven Responsible Innovation', *Journal of Business Ethics*, 180(4), pp. 1113–1136. Available at: <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05190-2>.
- Hervas-Oliver, J.L., Sempere-Ripoll, F. and Boronat-Moll, C. (2021) 'Technological innovation typologies and open innovation in SMEs: Beyond internal and external sources of knowledge',

Technological Forecasting and Social Change, 162(September 2020), p. 120338. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120338>.

Holtström, J. (2022) 'Business model innovation under strategic transformation', *Technology Analysis and Strategic Management*, 34(5), pp. 550–562. Available at: <https://doi.org/10.1080/09537325.2021.1914329>.

Ivanova, V. et al. (2019) 'Entrepreneurship and Sustainability Issues Economic Policy for Country'S Digitalization: a Case Study \*', 7(1), pp. 649–661.

Kanchanabha, B. and Badir, Y.F. (2021) 'Top management Team's cognitive diversity and the Firm's ambidextrous innovation capability: The mediating role of ambivalent interpretation', *Technology in Society*, 64(April 2020), p. 101499. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101499>.

Kraus, S. et al. (2023) 'Digital entrepreneurship: The role of entrepreneurial orientation and digitalization for disruptive innovation', *Technological Forecasting and Social Change*, 193(April), p. 122638. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122638>.

Latifah, L. et al. (2021) 'Business strategy - MSMEs' performance relationship: innovation and accounting information system as mediators', *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(1), pp. 1–21. Available at: <https://doi.org/10.1108/JSBED-04-2019-0116>.

Marcon, A. and Ribeiro, J.L.D. (2021) 'How do startups manage external resources in innovation ecosystems? A resource perspective of startups' lifecycle', *Technological Forecasting and Social Change*, 171(June), p. 120965. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120965>.

Mendes, T. et al. (2023) 'Linking corporate social responsibility, cooperation and innovation: the triple bottom line perspective', *Innovation and Management Review*, 20(3), pp.

244–280. Available at: <https://doi.org/10.1108/INMR-03-2021-0039>.

- Onufrey, K. and Bergek, A. (2021) 'Transformation in a mature industry: The role of business and innovation strategies', *Technovation*, 105(September 2020), p. 102190. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102190>.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves; Bernarda, Bernarda, Greg ; Smith, A. (2014) *Value Proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc. Shakina, E., Parshakov, P. and Alsufiev, A. (2021) 'Rethinking the corporate digital divide: The complementarity of technologies and the demand for digital skills', *Technological Forecasting and Social Change*, 162 (October 2020), p. 120405. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120405>.
- Sharma, A. et al. (2021) 'Hotels' COVID-19 innovation and performance', *Annals of Tourism Research*, 88. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103180>.
- Tidd, Joe; Bessant, J. (2013) *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. Fifth Edit. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Trott, P. (2017) *Models of new product development, Innovation Management and New Product Development*.
- Xu, J., Wang, X. and Liu, F. (2021) 'Government subsidies, R&D investment and innovation performance: analysis from pharmaceutical sector in China', *Technology Analysis and Strategic Management*, 33(5), pp. 535–553. Available at: <https://doi.org/10.1080/09537325.2020.1830055>.
- Zhu, L. et al. (2021) 'Green technology innovation efficiency of energy-intensive industries in China from the perspective of shared resources: Dynamic change and improvement path', *Technological Forecasting and Social Change*, 170(May), p. 120890. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120890>.

# BAB

# 6

## STRATEGI MERGER & AKUISISI

Adi Nugroho., S.T., M.M., CPHRM., CETP.

### A. Pendahuluan

Tak dapat dipungkiri bahwa dunia sedang berjalan menuju era merger dan akuisisi (M&A). Banyak perusahaan global mulai berpaling dari sekedar membangun usaha baru dari nol ke merger ataupun akuisisi. Merger dan akuisisi (M&A) merupakan strategi bisnis yang kompleks dan mendalam yang melibatkan penggabungan atau pengambilalihan dua perusahaan atau lebih. Tujuan utama dari M&A adalah untuk mencapai sinergi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, memperluas pangsa pasar, mengoptimalkan efisiensi operasional, dan menciptakan keunggulan kompetitif. (Trautwein, 1990) Dalam konteks globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, M&A menjadi instrumen penting bagi perusahaan untuk tumbuh dan bertahan di pasar. M&A seringkali muncul sebagai respons terhadap dinamika pasar, perubahan teknologi, atau peluang bisnis yang tidak dapat dicapai dengan pertumbuhan organik saja.

Perusahaan mungkin melihat M&A sebagai sarana untuk mendapatkan akses ke teknologi baru, mendiversifikasi portofolio produk, atau menggabungkan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah. Berbagai motivasi mendasari keputusan perusahaan untuk terlibat dalam M&A. Diantaranya adalah meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, mengakses sumber daya finansial, atau mengurangi risiko

## DAFTAR PUSTAKA

- Hagedoorn, J. and Duysters, G. (2002) 'External sources of innovative capabilities: The preference for strategic alliances or mergers and acquisitions', *Journal of Management Studies*, 39(2). Available at: <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00287>.
- Hennart, J.F. and Reddy, S. (1997) 'The choice between mergers/acquisitions and joint ventures: The case of Japanese investors in the United States', *Strategic Management Journal*, 18(1). Available at: [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1097-0266\(199701\)18:1<aid-smj862>3.3.co;2-i](https://doi.org/10.1002/(sici)1097-0266(199701)18:1<aid-smj862>3.3.co;2-i).
- Hoberg, G. and Phillips, G. (2010) 'Product market synergies and competition in mergers and acquisitions: A text-based analysis', *Review of Financial Studies*, 23(10). Available at: <https://doi.org/10.1093/rfs/hhq053>.
- Raghavendra Rau, P. and Vermaelen, T. (1998) 'Glamour, value and the post-acquisition performance of acquiring firms', *Journal of Financial Economics*, 49(2). Available at: [https://doi.org/10.1016/s0304-405x\(98\)00023-3](https://doi.org/10.1016/s0304-405x(98)00023-3).
- Trautwein, F. (1990) 'Merger motives and merger prescriptions', *Strategic Management Journal*, 11(4). Available at: <https://doi.org/10.1002/smj.4250110404>.
- Weber, Y., Shenkar, O. and Raveh, A. (1996) 'National and corporate cultural fit in mergers/acquisitions: An exploratory study', *Management Science*, 42(8). Available at: <https://doi.org/10.1287/mnsc.42.8.1215>.

# BAB

# 7

# STRATEGI KEUANGAN

Shamad Hasanul Azmi., S.E., M.M.

## A. Pendahuluan

Literasi keuangan merupakan suatu ilmu yang selalu menarik bagi kalangan baik akademisi maupun praktisi di negara-negara maju dan berkembang. Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang baik maka akan memiliki kemampuan yang lebih dalam hal meningkatkan kesejahteraannya. Kemampuan yang dimiliki diantaranya seperti misal dalam hal menganalisis laporan keuangan, membaca isu pergerakan perekonomian dunia, mencermati sentimen pasar yang terjadi pada pasar modal dan menerapkan perencanaan keuangan jangka pendek hingga jangka panjang.

Ada pepatah mengatakan uang bukanlah segalanya, namun segalanya membutuhkan uang. Kehilangan uang dapat dicari lagi, akan tetapi kehilangan waktu tak kan pernah kembali. Oleh karena itu, pentingnya memiliki strategi dalam mengelola keuangan secara efektif dan efisien bagi setiap orang. Sehingga peningkatan kesejahteraan hidup akan semakin tertata. Di dalam bab ini akan diulas tentang pemahaman manajemen strategi keuangan secara komprehensif dan integratif.

## B. Konsep Dasar Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah suatu kegiatan yang meliputi aktivitas perencanaan, analisis dan pengendalian penggunaan dan mencari pendanaan keuangan perusahaan

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Harjito, & Martono. (2014). *Manajemen Keuangan*. Ekonisia.
- Eugene F. Brigham dan J.F. Houston. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Hamid, M. I. A. H. M. (2020). Konsep Gadai Syariah Menurut Syafi'i Antonio. *Jurnal Penelitian Medan Agama*, 11(1).
- Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2015). *Dasar Dasar Manajemen Keuangan*. In *Manajemen Keuangan (Vol. 10)*.
- Moeljadi. (2006). *Manajemen Keuangan. Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif, Edisi Pertama*. Bayu Media Publishing, Malang, 30(2).
- Suryanto, W., Dewi, M. S., Nainggolan, C. D., Kelen, L. H. S., Mardiana, S., & Bertuah, E. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Media Sains Indonesia.
- Van Horne, J. C., & Wachowicz Jr, J. M. (2012). *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan, Fundamental of Financial Management*. In Salemba 4.



# BAB 8

## STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS

Yanti Krismayanti, S.E, M.Pd.

### A. Pendahuluan

Dalam era globalisasi yang penuh dengan persaingan dan perubahan cepat, pengembangan bisnis menjadi elemen krusial untuk kesuksesan dan kelangsungan hidup perusahaan. Strategi yang tepat menjadi kunci dalam mencapai tujuan, meningkatkan daya saing, dan beradaptasi dengan dinamika pasar yang berubah.

Pengembangan bisnis menjadi urgensi karena unia modern saat ini mengalami kondisi yang kritis, dan banyak yang merasa perlunya mengembangkan ideologi, konsep, atau bahkan paradigma baru dalam filosofi ekonomi. Hal ini dianggap sebagai prasyarat untuk beralih ke dominasi ekonomi informasi (digital) di seluruh aspek kehidupan masyarakat.

Transisi ini memerlukan pendekatan baru dan inovatif terhadap hubungan manusia, alam, ekonomi, dan masyarakat secara keseluruhan, yang didasarkan pada aspirasi dimensi antropologis-humanistik dari peradaban manusia. Tujuannya adalah mengatasi krisis nilai yang mendalam dan membentuk masa depan yang stabil, penuh kesejahteraan ekonomi, dan kemakmuran (Suryana: 2020).

Pentingnya strategi pengembangan bisnis tergambar dari beberapa aspek:

#### 1. Menentukan Arah dan Tujuan

Strategi yang jelas memberikan pedoman untuk mencapai tujuan jangka panjang dan pendek perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred R. 2001. Konsep manajemen strategis. edisi ke-8. Prentice Hall Co., Ltd.
- Evaluasi Rakip, Jurnal Kebijakan Publik, Band 5, Nomor 1, März 2014 ,S. 1-117
- Fairus T. Muhamad, Andri Seno (2014) Perencanaan kinerja tahunan melalui evaluasi
- Firmansyah, D., Rifa'i, AA, Suryana, A. (2022). Sumber Daya Manusia: Keterampilan dan Kewirausahaan di Industri 4.0. Jurnal Ilmu Terapan Formosa, 1(6), 1221-1240. <https://doi.org/10.55927/fjas.v1i6.1899>
- Hintro, S. ., Fritz Wijaya, A. (2021). Analisis strategi bersaing Biznet cabang Salatiga menggunakan lima kekuatan Porter. Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 2(6), 729-738. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.613>
- Khaireskawati, N., Gunawan, G., Ambarwati, A., (2023). Inovasi perusahaan di sektor pertambangan: Tinjauan literatur. Inovatif: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial, 3(6), 8372-8380. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i6.6852>
- Minggu, ETYD, Amaral, MA L. & Manehat, BY (2023). Memperkuat ketahanan usaha menengah dengan PESTEL, sebuah strategi untuk meminimalkan kemiskinan ekonomi di Nusa Tenggara Timur. Pengayaan: Jurnal Manajemen, 13(1), 435-442. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v13i1.1306>
- Mukrushin, A., dan Pasarib, MH (2020). Analisis SWOT dalam Pengambilan Keputusan dan Penerapan Kebijakan yang Tepat Penemuan: Penelitian Jurnal dan Penelitian Pendidikan 1 (1). 33-45
- Pradana Mochammad Nugraha Reza (2021), "Penentu pencapaian visi, misi dan tujuan organisasi", Journal of Sustainable Business Hub, 2(1) , Juni 2021 , ISSN: 2722-659X

- Suparno, Asmawati Luluk (2019), *Monitoring dan Evaluasi Peningkatan Pelayanan Akademik dan Kinerja Dosen pada Program Penelitian Teknologi Pembelajaran Pascasarjana*
- Tehuayo, E. (2021). Pengaruh diferensiasi produk, inovasi produk, dan periklanan terhadap loyalitas konsumen sampo Sunsilk di kota Ambon. *Jurnal Nasional Pemasaran & Manajemen SDM*, 2(2), 69-88.  
<https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i2.277>
- Ulfa Mutia, Aribowo irwan (2021) , *Strategi meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak UMKM di Indonesia*, *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara* Vol.3, No.1, (2021), hal.64-71
- Zein Fatimah Yasmin, Susanto Siti R. (2023), *Faktor dalam pemilihan Korea Selatan sebagai mitra strategis Indonesia dalam pengembangan kendaraan listrik*, *Jurnal Hubungan Luar Negeri* Vol.8 No1 ISSN 2614 - 2360

## TENTANG PENULIS



**Dr. Jatmiko Wahyu Nugroho., S.Kom., M.Si.**

Penulis saat ini adalah Direktur PT. Lentera Nurani Internasional, badan usaha yang bergerak pada bidang Human Capital serta pengembangan Teknologi. Dosen tetap pada Universitas Dhyanapura serta dosen tamu pada Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Pendidikan formal bidang bisnis, di peroleh dari Program Pascasarjana, program

Studi Administrasi Niaga, Universitas Brawijaya dan The Philippine Women's University, Manila. Selain itu, penulis berpengalaman mengelola inkubator bisnis, melakukan penelitian dan pengabdian masyarakat, menjadi pemakalah dan narasumber pada workshop/seminar/lokakarya bertema bisnis dan kewirausahaan. **Email:** [jatmikownugroho@gmail.com](mailto:jatmikownugroho@gmail.com)



**Ari Wibowo., S.E., M.Sc.** merupakan pegawai Biro Perencanaan dan Keuangan, Sekretariat Jenderal Kementerian Keuangan, lulusan dari program Master of Science in Economics, the University of Illinois Urbana-Champaign (UIUC), Amerika Serikat, melalui beasiswa FETA Kementerian Keuangan. Ia lulus pada Desember 2022 dengan gelar Master of Science in Economics dari Department of Economics

UIUC. Ia merupakan lulusan program beasiswa STAR-BPKP Fakultas Ekonomi Universitas Andalas tahun 2017 dengan gelar Sarjana Ekonomi. Sebelumnya, ia adalah lulusan DIII Akuntansi STAN tahun 2012. Minat studinya terutama dalam bidang ilmu ekonomi, kebijakan publik, administrasi publik, dan akuntansi. **Email** [ari\\_wibowo@kemenkeu.go.id](mailto:ari_wibowo@kemenkeu.go.id).



**Asep Kurniawan., SE., MM., M.Sc., C.A.TR.**

Merupakan dosen tetap Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja, Subang. Beliau memperoleh gelar kesarjanaannya (S1) dari Universitas Padjadjaran Program Studi Akuntansi. Gelar masternya diraih dari Universitas Pasundan pada Program Magister Manajemen dan Program Magister Sains Akuntansi pada Program Pascasarjana Magister dan Doktor Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada. Saat ini beliau sedang menyelesaikan studinya pada Program Doktor Ilmu Akuntansi Universitas Padjadjaran. Akuntansi Manajemen dan Keperilakuan merupakan rumpun ilmu yang saat ini diampunya di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja sejak tahun 2011.



**Arie Surachman., M.Kom.** Lahir di Jakarta, pada 01 Januari 1984. Menyelesaikan S1 Sistem Informasi di STMIK Muhammad Husni Thamrin Jakarta dan S2 Magister Komputer di STMIK Eresha Jakarta. Riwayat Pengalaman menjadi Manager Marketing, Manager Mutu (*Quality Assurance*), Manager HRM & General Affairs di PT. Mutumed Prima Services, Entrepreneur, Pengalaman

Mengajar di Prodi Kebidanan Universitas MH Thamrin, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Respati Indonesia, dan STMIK Islam International Jakarta. Saat ini sebagai Penulis & Editor Buku Bersertifikat BNSP, dan merupakan Dosen Tetap di Program Studi Teknik Informatika, Universitas Indraprasta PGRI Jakarta.



**DR. (C) Farid Subkhan., M.E., M.DEV.** merupakan pakar inovasi di bidang bisnis, pemasaran, dan manajemen teknologi yang berpengalaman lebih dari 20 tahun. Ia pernah menjadi *Chief Executive* MarkPlus Insight, *Senior Vice President* JAKPRO dan Komisaris perusahaan jalan tol anak usaha PT. Jasa Marga, Tbk, PT. Cinere Serpong Jaya (CSJ). Saat ini ia menjadi dosen pengajar di Program Studi Manajemen, FEB Perbanas Institute Jakarta. Di tahun 2024, ia sedang menyelesaikan pendidikan S3 di bidang Manajemen dan Bisnis dari *School of Business, IPB University*. Farid menyelesaikan pendidikan master di bidang *Manajemen of Development* dari *University of Turin, Italy* dan Magister Ekonomi dari Universitas Indonesia. Pendidikan S1 dibidang Adm. Bisnis dia selesaikan di Universitas Brawijaya, Malang. Farid sempat mengikuti *fellowship program* di Nanyang Business School, Nanyang Technological University (NTU), Singapura serta mengikuti kelas *Executive Education - Digital Leadership Academy* di National University of Singapore (NUS). Pada akhir tahun 2018, Farid mendapatkan penghargaan *Nelson Mandela Leadership* dari Sinan Wren Foundation yang bermarkas di London, Inggris dan Istanbul, Turki. Saat ini Farid juga aktif sebagai Founder & Chairman Edutech company VOCASIA.ID serta Co-Founder & Deputy Chairman di Citiasia, Inc.



**Adi Nugroho., S.T., M.M., CPHRM. CETP.** lahir di Semarang Jawa Tengah, pada 23 Desember 1985. Ia tercatat sebagai Profesional. Pria yang kerap disapa Adi bukanlah orang baru di dunia professional. Ia kerap tampil dalam dunia praktisi SDM dan Bisnis. Adi telah berhasil meraih beberapa penghargaan serta telah tersertifikasi dalam berbagai cabang ilmu. Penulis memotivasi pembaca, dengan terbitnya buku ini akan mempermudah pemahaman dan

memberikan manfaat yang lebih luas bagi pembaca serta memberikan dukungan dalam mensukseskan tercapainya poin SGDS sebagai tujuan berkelanjutan pemerintah.



**Shamad Hasanul Azmi., S.E., M.M.** lahir di Blitar (Jawa Timur), pada tanggal 16 Maret 1993. Ia tercatat sebagai lulusan sarjana dan magister dari Universitas Islam Kadiri dan saat ini sedang menempuh jenjang S-3 pada Program Doktorat Ilmu Manajemen di Universitas Brawijaya. Pria yang biasa disapa dengan nama Shamad ini juga merupakan seorang analis dan praktisi sebagai investor saham dan pegiat bisnis kuliner. Dan juga pernah meraih prestasi sebagai lulusan terbaik di jenjang S-1 dan S-2, serta pernah menjadi Duta Investor Saham Pemula di Kota Kediri pada tahun 2015.



**Yanti Krismayanti, SE. M.Pd.** Penulis menyelesaikan pendidikan sarjana manajemen pemasaran dikampus Universitas Islam Bandung pada tahun 2001, di tahun 2015 melanjutkan Pendidikan Magister Manajemen Pendidikan di Universitas Islam Bandung, saat ini sedang menempuh pendidikan S3 Manajemen Pendidikan di Universitas Islam Nusantara, berpengalaman berkarier sebagai Supervisor Pemasaran PT. To'el, Manager Pemasaran Balai Pengobatan Anugerah Sejahtera, sebagai Dosen Luar Biasa di STIA Bhakti Persada, serta menjadi CEO Perusahaan Property CV.QINTHORA dan Toko Bangunan TB.QINTHORA. penulis bisa dihubungi di email, [krismayanti2005@gmail.com](mailto:krismayanti2005@gmail.com)



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 : EC00202430626, 6 April 2024

**Pencipta**  
Nama : **Dr. Jatmiko Wahyu Nugroho, S.Kom., M.Si., Ari Wibowo, S.E., M.Sc. dkk**

Alamat : **Jl. Beji Permai No.01 Lingk Gaduh Abianbase Kel. Abianbase Kec. Mengwi Kab. Badung Bali, Mengwi, Badung, Bali, 80351**

Kewarganegaraan : **Indonesia**

**Pemegang Hak Cipta**  
Nama : **Dr. Jatmiko Wahyu Nugroho, S.Kom., M.Si., Ari Wibowo, S.E., M.Sc. dkk**

Alamat : **Jl. Beji Permai No.01 Lingk Gaduh Abianbase Kel. Abianbase Kec. Mengwi Kab. Badung Bali, Mengwi, Badung, Bali, 80351**

Kewarganegaraan : **Indonesia**

Jenis Ciptaan : **Buku**

Judul Ciptaan : **Manajemen Strategi**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : **3 April 2024, di Purbalingga**

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

Nomor pencatatan : **000605982**

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.