

Tim Penulis:

Agus Supandi Soegoto, Wijiharta, Alfa Santoso Budiwidjojo Putra,
Erlina Puspitaloka Mahadewi, Moh Eko Saputro, Herlina Lusiana,
Agus Dedi Subagia, Fiq Birtha Al Sabet, Yeni Januars, Mahfud Nugroho.

MANAJEMEN STRATEGI

KORPORASI



MANAJEMEN STRATEGI

KORPORASI

Tim Penulis:

Agus Supandi Soegoto, Wijiharta, Alfa Santoso Budiwidjojo Putra,
Erlina Puspitaloka Mahadewi, Moh Eko Saputro, Herlina Lusiana,
Agus Dedi Subagja, Fia Birtha Al Sabet, Yeni Januars, Mahfud Nugroho.



MANAJEMEN STRATEGI KORPORASI

Tim Penulis:

**Agus Supandi Soegoto, Wijiharta, Alfa Santoso Budiwidjojo Putra,
Erlina Puspitaloka Mahadewi, Moh Eko Saputro, Herlina Lusiana, Agus Dedi Subagja,
Fia Birtha Al Sabet, Yeni Januars, Mahfud Nugroho.**

Desain Cover:

Fawwaz Abyan

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

Aas Masruroh

ISBN:

978-623-459-822-3

Cetakan Pertama:

November, 2023

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: @penerbitwidina

Telepon (022) 87355370

Kata Pengantar

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucap rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang Manajemen Strategi Korporasi telah selesai di susun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan Manajemen Strategi Korporasi.

Buku ini merupakan salah satu wujud perhatian penulis terhadap Manajemen Strategi Korporasi. Persaingan antar perusahaan yang semakin sengit saat ini, telah menjadi isu utama dan perhatian penting bagi para eksekutif perusahaan dalam pengelolaan perusahaan. Pada perusahaan besar (korporasi) maka isu tentang manajemen strategi korporasi mendapat tempat yang penting dan menjadi perhatian utama manajemen dalam upaya mempertahankan keberlanjutan perusahaan termasuk perusahaan-perusahaan terkait atau anak perusahaan agar tetap dapat bertahan (survive), dan berkembang secara berkelanjutan.

Bagi sebagian besar manajemen perusahaan yang sukses, fokus terhadap manajemen strategi korporasi menjadi hal yang utama. Langkah pertama yang dilakukan manajemen, terutama untuk menemui kenali area-area bisnis, dimana manajemen harus memusatkan perhatian saat akan beroperasi dan bersaing, dalam upaya maksimisasi laba perusahaan jangka panjang. Strategi yang dapat diterapkan misalnya manajemen tetap memusatkan perhatian hanya pada satu area bisnis (strategi fokus) seperti yang dilakukan manajemen perusahaan antara lain: Mc Donald's, KFC, Dunkin Donut's, Coca Cola, Aqua, dll. Dalam tingkatan Manajemen Strategi Korporasi, implementasi manajemen strategi penting bagi perusahaan induk untuk mencapai tujuan melalui pengambilan keputusan korporasi dengan bersinergi dengan unit-unit bisnis, juga mendorong korporasi meraih keberhasilannya di masa yang akan datang.

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan "tiada gading yang tidak retak" dan sejatinya kesempurnaan

hanyalah milik tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

November, 2023

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 URGensi MANAJEMEN STRATEGI KORPORASI	1
A. Pendahuluan.....	2
B. Manajemen Strategi Korporasi	3
C. Strategi Bisnis Korporasi dan Keunggulan Kompetitif	7
D. Rangkuman Materi	13
BAB 2 ANALISIS SUMBER DAYA INTERNAL	17
A. Pendahuluan.....	18
B. Sumber Daya Internal	18
C. Rantai Nilai Sumber Daya Internal	19
D. Komponen Sumber Daya Internal	20
E. Sumber Daya Internal Intangible	23
F. Analisis Internal Perusahaan	24
G. Analisis Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan	24
H. Key Succes Factor	25
I. Kompetensi Inti dan Keunggulan Perusahaan.....	27
J. Vrio dan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan	28
K. Rangkuman Materi	28
BAB 3 STRATEGI POSISI BERSAING.....	31
A. Pendahuluan.....	32
B. Konsep Dasar Strategi Posisi Bersaing.....	32
C. Analisis Lingkungan Bisnis	35
D. Memilih Strategi Posisi Bersaing	38
E. Strategi Pemimpin Biaya.....	39
F. Strategi Diferensiasi.....	40
G. Strategi Fokus	40
H. Adaptasi dan Inovasi Dalam Strategi Posisi Bersaing	41
I. Menerapkan Strategi Posisi Bersaing: Langkah-Langkah Praktis	41
J. Etika Dalam Strategi Posisi Bersaing.....	43
K. Masa Depan Strategi Posisi Bersaing	43

L. Rangkuman Materi	44
BAB 4 STRATEGI DIVERSIFIKASI	47
A. Pendahuluan.....	48
B. Pengertian Diversifikasi	49
C. Tujuan Diversifikasi	50
D. Strategi Diversifikasi	52
E. Pengertian Diversifikasi Dalam Ekonomi	53
F. Diversifikasi Dalam Ekonomi	57
G. Manfaat Diversifikasi Dalam Perspektif Ekonomi	59
H. Rangkuman Materi	64
BAB 5 STRATEGI PERTUMBUHAN	71
A. Pendahuluan.....	72
B. Jalur Pertumbuhan Perusahaan	74
C. Jenis-Jenis Strategi Pertumbuhan	76
D. Rangkuman Materi	85
BAB 6 MANAJEMEN PORTOFOLIO BISNIS	89
A. Manajemen Portofolio	90
B. Definisi Portofolio	93
C. Pengertian Bisnis	99
D. Rangkuman Materi	100
BAB 7 STRATEGI INTERNASIONAL.....	103
A. Pendahuluan.....	104
B. Definisi Strategi Internasional	104
C. Jenis – Jenis Strategi Internasional	105
D. Tahapan Identifikasi Strategi Internasional.....	112
E. Tipe Struktur Organisasi Internasional	114
F. Faktor – Faktor Penting Dalam Pemilihan Struktur Organisasi Internasional	118
G. Rangkuman Materi	120
BAB 8 INOVASI DAN STRATEGI KORPORASI	123
A. Pendahuluan.....	124
B. Pengertian Inovasi	126
C. Jenis-Jenis Inovasi Dalam Suatu Korporasi	127
D. Karakteristik Inovasi	128

E. Proses Pengembangan Inovasi	129
F. Inovasi dan Strategi Untuk Keunggulan Bersaing Korporasi	131
G. Inovasi dan Manajemen Sumber Daya Manusia	134
H. Inovasi dan Strategi Untuk Keberlanjutan Bisnis	135
I. Rangkuman Materi	136
BAB 9 ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL KORPORASI.....	141
A. Pendahuluan.....	142
B. Etika Dan Bisnis.....	144
C. Isu-Isu Ethis Pada Korporasi	146
D. Tanggung Jawab Sosial dan Bisnis	149
E. Manfaat Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial.....	156
F. Rangkuman Materi	159
BAB 10 IMPLEMENTASI DAN PENGELOLAAN STRATEGI KORPORASI	165
A. Pendahuluan.....	166
B. Implementasi Strategi Pada Manajemen Operasi.....	167
C. Implementasi Strategi Pada Manajemen Pemasaran, Keuangan, R&D dan Sim	175
D. Rangkuman Materi	180
GLOSARIUM	185
PROFIL PENULIS	194



MANAJEMEN STRATEGI KORPORASI

BAB 1: URGENSI MANAJEMEN STRATEGI KORPORASI

Dr. Agus Supandi Soegoto, S.E., M.Si

Universitas Sam Ratulangi

BAB 1

URGENSI MANAJEMEN STRATEGI KORPORASI

A. PENDAHULUAN

Persaingan antar perusahaan yang semakin sengit saat ini, telah menjadi isu utama dan perhatian penting bagi para eksekutif perusahaan dalam pengelolaan perusahaan. Pada perusahaan besar (korporasi) maka isu tentang manajemen strategi korporasi mendapat tempat yang penting dan menjadi perhatian utama manajemen dalam upaya mempertahankan keberlanjutan perusahaan termasuk perusahaan-perusahaan terkait atau anak perusahaan agar tetap dapat bertahan (*survive*), dan berkembang secara berkelanjutan.

Bagi sebagian besar manajemen perusahaan yang sukses, fokus terhadap manajemen strategi korporasi menjadi hal yang utama. Langkah pertama yang dilakukan manajemen, terutama untuk menemui kenali area-area bisnis, dimana manajemen harus memusatkan perhatian saat akan beroperasi dan bersaing, dalam upaya maksimisasi laba perusahaan jangka panjang. Strategi yang dapat diterapkan misalnya manajemen tetap memusatkan perhatian hanya pada satu area bisnis (strategi fokus) seperti yang dilakukan manajemen perusahaan antara lain: Mc Donald's, KFC, Dunkin Donut's, Coca Cola, Aqua, dll.

Bila kita kaji, salah satu sumber keunggulan apabila konsentrasi manajemen dan *resources* perusahaan difokuskan pada satu area bisnis adalah manajemen perusahaan akan dapat memanfaatkan seluruh sumberdaya dalam memenangkan persaingan di area bisnis yang telah dipilih. Strategi seperti ini biasanya sesuai untuk industri yang dibuat dan

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan., (2013). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ansoff, H., McDonnell, E. (1990). *Implanting strategic management*. New Jersey: Prentice-Hall. ISBN 01-3451-808-X.
- Anthony, Robert N., dan Vijay Govindarajan. 2007. *Management Control Systems*. 12thed. Boston: McGraw-Hill.
- David, Fred R. (2011). *Manajemen Strategi*. Buku 1, Edisi kesepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- Dess, G., Lumpkin, G, and Eisner, (2007). A. *Strategic management*. 3rd ed. New York: McGraw-Hill. ISBN 00-7340-498-5
- Grant, R. (2002). *Corporate strategy: Managing scope and strategy content*. In Pettigrew, A., Thomas, H. and Whittington, R. (Eds.). *Handbook of strategy and management*. London: Sage, 2002. pp. 72-97. ISBN 07-6195-893-2.
- Hunger, J David dan Thomas L Wheelen. (2006). *Management Strategis*. Terjemhan, Agung. Yogyakarta: Andi.
- Kodrat, David Sukardi., (2011). *Manajemen Strategi: Membangun Keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia Berbasis Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Miles, R.E., and Snow, C.C. (1984). Designing Strategic Human Resources Systems. *Organizational Dynamic*, Vol.13 (1), pp. 36-52.
- Porter, M. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining competitive performance*. New York: Free Press. ISBN 00-2925-0900-0
- Porth, S. *Strategic management: A cross-functional approach*. New Jersey: Prentice Hall, 2002. ISBN 01-3042-213-4
- Siagaan, Sondang P. (2008). *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Bumi aksara.
- Stainer, Geroge dan John Milner. (2017). *Manajemen Strategic*, Jakarta: Erlangga.
- Schuler, Randall S. and Susan E. Jackson (1987). Linking Competitive Strategies with Human Resources Management Practises. *Academy of Management Executive*, Vol.I (3). Pp. 207-219

- Stead, J. and Stead, W. (2008). Sustainable strategic management: An evolutionary perspective. *International Journal of Sustainable Strategic Management*. Vol. 1 (1), pp. 62-81. ISSN 1753-3619.
- Umar, Husein., (2008). Riset Strategi Perusahaan, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.



MANAJEMEN STRATEGI KORPORASI

BAB 2: ANALISIS SUMBER DAYA INTERNAL

Wijiharta, S.P., M.M.
STEI Hamfara Yogyakarta

BAB 2

ANALISIS SUMBER DAYA INTERNAL

A. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan memiliki lingkungan internal dan tidak lepas dari lingkungan eksternal yang melingkupinya. Filosof Al Farabi mempelajari bahwa upaya manusia untuk mencapai kebahagiaan tidak lepas dari kondisi internal dan situasi eksternalnya (Moghimi, 2019). Begitupun perusahaan perlu mengevaluasi sejumlah faktor eksternal dan internal untuk menentukan arah strategis, tujuan yang tepat, dan pendekatan dalam menyusun dan melaksanakan strategi (Thompson et al., 2022). Sehingga seorang manajer perlu secara proaktif secara terus-menerus menganalisis lingkungan internal dan eksternal secara rutin, sebagai bagian dari kebijaksanaan dan kewaspadaan dalam rangka mencapai tujuan strategis perusahaan (Saani, 2020)

B. SUMBER DAYA INTERNAL

Sebagaimana faktor eksternal, faktor internal dan kemampuan kompetitif perusahaan diperlukan untuk menentukan arah strategis, tujuan yang tepat, dan pendekatan dalam menyusun dan melaksanakan strategi (Thompson et al., 2022) (Gamble et al., 2021). Analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan merupakan langkah pertama dalam proses manajemen strategi, untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal serta mengenali sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi inti internalnya (Hitt et al., 2020)

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskan komponen internal perusahaan berdasarkan rantai nilai.
2. Komponen internal *intangible* semakin penting pada era industri 4.0. Jelaskan.
3. Manajer perlu memahami *key success factor* keberhasilan suatu industri. Jelaskan
4. Jelaskan peran kompetensi inti dalam membangun keunggulan kompetitif perusahaan
5. Jelaskan konsep VRIO dalam membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management Concepts and Cases*. Pearson.
- Duhaime, I. M., Hitt, M. A., & Lyles, M. A. (2021). *Strategic management: state of the field and its future*.
- Gamble, J. E., Peteraf, M. A., & Thompson.Jr., A. A. (2021). *Essentials Of Strategic Management, The Quest for Competitive Advantage*, 7e.
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Hanson, D., Backhouse, K., Leaney, D., Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2022). *Strategic Management: Competitiveness and Globalisation* 7th Ed.
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Hill, C. W. L., Schilling, M. A., & Jones, G. R. (2020). *Strategic Management: An Integrated Approach: Theory and Cases*, 13th Ed. Cengage.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). *Strategic Management: Competitiveness & Globalization: Concepts and Cases*, 13th Ed. Cengage. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

- Moghimi, S. M. (2019). *Principles And Fundamentals Of Islamic Management* (Issue 1). Emerald Publishing.
- Saani, J. I. (2020). *Principles of Islamic Management Prof Javed Iqbal Saani*. Intellectual Capital Enterprise Limited.
- Thompson, A. A., Peteraf, M. A., & Texas, J. E. G. (2022). *Crafting & Executing Strategy: Concepts and Cases*, 23. 2824.
- e33 Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2018a). *Concepts in Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability, 15th Ed.*
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2018b). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability, 15th Ed.* Pearson Education.



MANAJEMEN STRATEGI KORPORASI

BAB 3: STRATEGI POSISI BERSAING

Dr. Alfa Santoso Budiwidjojo Putra, S.E., M.M.

Universitas Pignatelli Triputra

BAB 3

STRATEGI POSISI BERSAING

A. PENDAHULUAN

Konsep strategi posisi bersaing sangat penting bagi perusahaan dalam era bisnis yang penuh dengan persaingan ketat untuk sukses di pasar global. Strategi ini merujuk pada pendekatan strategis di mana perusahaan berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan posisi unik dalam pasar dengan tujuan untuk memberikan nilai tambah yang signifikan kepada pelanggan dan membedakan diri dari pesaing (Grant, 2018).

Tujuan dari bab ini adalah untuk memberikan wawasan mendalam tentang ide-ide strategi posisi bersaing dan memberi para pemimpin bisnis, manajer, dan pengusaha arahan untuk menerapkan strategi ini dalam bisnis mereka masing-masing. Bab ini akan membahas langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk merancang, menerapkan, dan mengawasi strategi posisi bersaing yang sukses melalui kombinasi studi kasus nyata dan kerangka konseptual yang kuat (Kim & Mauborgne, 2018).

B. KONSEP DASAR STRATEGI POSISI BERSAING

Strategi posisi bersaing adalah pendekatan strategis di mana suatu perusahaan berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan posisi unik di pasar dengan tujuan membedakan diri dari pesaing dan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan. Ini mencakup menentukan bagaimana bisnis akan berdiri di antara pesaingnya dan bagaimana mereka akan menangani perubahan pasar (Grant, 2018).

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. B. (2014). How firm resources and capabilities affect competitive advantage: Implications for corporate strategy. *Strategic Management Journal*, 35(1), 1-12.
- Ghemawat, P. (2002). Competition and Business Strategy in Historical Perspective. *Business History Review*, 76(1), 37-74.
- Grant, R. M. (2016). *Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases Edition*. John Wiley & Sons.
- Grant, R. M. (2018). *Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases*. John Wiley & Sons.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2019). *Exploring Strategy: Text and Cases*. Pearson.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2018). *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Harvard Business Review Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Porter, M. E. (2019). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Teece, D. J. (2018). Business Models and Dynamic Capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40-49. doi:10.1016/j.lrp.2017.06.007.



MANAJEMEN STRATEGI KORPORASI

BAB 4: STRATEGI DIVERSIFIKASI

Erlina Puspitaloka Mahadewi, S.E., M.M., MBL., CMA

Universitas Esa Unggul Jakarta

BAB 4

STRATEGI DIVERSIFIKASI

A. PENDAHULUAN

Diversifikasi adalah istilah yang tak asing lagi dalam dunia bisnis perusahaan dan korporasi. Kata ini juga merujuk salah satu strategi paling ampuh untuk meminimalisir risiko kerugian dalam berinvestasi. Bagi seorang pebisnis atau pengusaha, tentu langkah ini sangat diperlukan untuk mendapatkan keuntungan dan menekan kerugian. Sedangkan, bagi investor, langkah ini bertujuan untuk mengamankan nilai portofolio investasi korporasi jika melakukan diversifikasi dengan tepat.

Diversifikasi adalah salah satu strategi yang telah sering dilakukan perusahaan-perusahaan pada tingkatan nasional dan dunia. Pelaksanaan diversifikasi terbukti bisa meningkatkan profitabilitas bisnis, sekaligus mengamankan keuangan saat suatu produk tidak lagi laku di pasaran. Tapi sebenarnya apa itu diversifikasi? Apa saja jenis-jenis diversifikasi paling umum dilakukan? Apa itu diversifikasi? Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), diversifikasi adalah penganekaragaman.

Jika diterapkan dalam istilah bisnis dan keuangan, diversifikasi adalah upaya untuk menghindari ketergantungan pada ketunggalan kegiatan, produk, jasa, atau investasi. Kemampuan yang diharapkan setelah mempelajari dan membaca bab ini :

1. Memahami konsep dasar dan definisi strategi diversifikasi.
2. Mengetahui dan memahami strategi-strategi diversifikasi dalam bisnis.
3. Mampu menjelaskan dan memahami konsep strategi diversifikasi dalam bisnis korporasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andres, P., Fuente, G., Velasco., P., 2014. Growth Opportunities and the Effect of Corporate Diversification on Value, *Journal of Financial Economics*. 72-81.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian ; Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayuningtyas, Dwi dan Kurnia. 2013. "Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan: Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi sebagai Variabel Antara", *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 1, No. 1:37-57.
- Badan Kordinasi Penanaman Modal. 2014. *Domestic and Direct Investment Realization 2014*.
- Baron, R.M dan Kenny, D.A. 1986. "The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Consideration". *Journal of Personality and Social Psycholog*. 51. 1173 – 1182.
- Bernardo, A., Chowdhry, B., 2002. Resources, Real Options, and Corporate Strategy. *Journal of Financial Economics* 63 (1), 211–234.
- Berger, P. G., dan Ofek, E. 1995. Diversification's effect on firm value. *Journal of Financial Economics*, 37, 39-65.
- Bungin, Burhan M. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Campa, J. M., Kedia, S. 2002. Explaining the Diversification Discount. *The Journal of Finance* 57(4), 1731-1762.
- Chatterjee, S., dan B. Wernerfelt. 1991. The link between resources and type of diversification:Theory and evidence, *Strategic Management Journal* 12, 33- 48.
- Danbolt, J. dan Hirst, I. dan Jones, E. (2002) Measuring growth opportunities.
Applied Financial Economics 12(3):pp. 203-212.

- E. P. Mahadewi, A. Heryana, Y. Kurniawati, and I. Ayuba, "Analisis Waktu Tunggu Pelayanan Poliklinik Paru di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Tangerang," *Gorontalo J. Public Heal.*, 2019, doi: 10.32662/gjph.v2i1.463.
- E. Mahadewi, A. Heryana, . Herwanto, R. Astini, and N. Surip, "Marketing Mix Study using Social Media in Hospital," 2020, doi: 10.5220/0009826004060413.
- E. Puspitaloka Mahadewi, I. Putri Yanuarti, A. Heryana, and R. Kusumapradja, "The Effect of Exclusive Breastfeeding in Grogol Petamburan Health Center," 2020, doi: 10.5220/0009950026572662.
- Ferris, S.P., Sen, N., Lim, C.Y., Yeo, G., 2002. Corporate Focus versus Diversification: The Role of Growth Opportunities and Cash Flow. *Journal of International Financial Markets Institutions and Money* 12 (3), 231–252.
- George, Rejie. P. 2007. Diversification and Firm Performance : The Moderating Influence of Ownership Structure and Business Group-Affiliation. *South Asian Journal of Management*. Vol. 14, no. 3, pp. 66.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haberberg, Adrian., dan Rieple, Alison. 2008. *Strategic Management ; Theory and Application*. Oxford: Online Resource Center.
- Harto, Puji. 2005. "Kebijakan Diversifikasi Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja: Studi Empiris pada Perusahaan Publik di Indonesia". *Simposium Nasional Akuntansi 8 Solo, 15-16 September 2005*. Universitas Diponegoro.
- Hyland, D., Diltz, J., 2002. Why Firms Diversify: an Empirical Examination. *Financial Management* 31, 51– 81.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial ; Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Erlangga
- Indonesian Capital Market Directory (ICMD). 2009-2013. Jakarta. BEI.
- Jandik, T dan A.K., Makhija. 2005. Can Diversification Create Value? Evidence from the Electric Utility Industry. *Financial Management Journal*, Spring. 61-93

- Montgomery, C.A. 1994. Corporate Diversification. *Journal of Economic Perspective*. Vol.8, No.3. 162-178
- Lang, L.H.P., dan R.E. Stulz. 1994. Tobin's Q, Corporate Diversification and Firm Performance, *Journal of Political Economy*, Vol. 102, No.6, 1248- 1280.
- Pils, F., 2009. Diversification, Relatedness, and Performance. Springer Gabler, Wiesbaden, Germany.
- Prakasa, Yudha. 2011. Corporate Level Strategy. *Jurnal Manajemen Strategik*
- Raffestin, Louis., 2014. Diversification and systemic risk. *Journal of Banking and Finance*. Montesquieu-Boerdeaux IV University. France
- Rajan, R., H. Servaes, dan L. Zingales. 2000. The Cost of Diversity: The Diversification Discount and Inefficient Investment, *Journal of Finance*, Vol. LV, No. 1
- Rumelt, Richard. P., 1974. Strategy, Structure, and Economic Performance. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Rumelt, Richard. P., 1982. Diversification Strategy and Profitability. *Strategic Management Journal*, Volume 3, Issue 4, 359-369.
- Santoso, Singgih. 2010. *Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sari, Inayah Adi., Adi Wiranto dan Eko Suyono. 2011. Pengaruh Kebijakan Diversifikasi terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur.
- Setionoputri., dkk. 2009. "Pengaruh Diversifikasi Korporat Terhadap Excess Value Perusahaan Manufaktur, Perdagangan Grosir dan Eceran, Serta Properti dan Real Estate Yang Terdaftar di BEI Tahun 2005-2007." Simposium Nasional Akuntansi 12 Palembang. Institut Bisnis dan Informatika Indonesia.
- Shelton, L., 1988. Strategic business fits and corporate acquisition: empirical evidence. *Strategic Management Journal* 9, 279– 287.
- Stowe, J., Xing, X., 2006. Can growth opportunities explain the diversification dis-count? *Journal of Corporate Finance* 12 (4), 783– 796.

- Tong, Zhenxu. 2011. Firm Diversification and The Value of Corporate Cash Holdings. *Journal of Corporate Finance* 17(2011) 741-758.
- Vilalonga, B. 2004a. Diversification discount or premium? New evidence from BITs establishment-level data. *The Journal of Finance* 59 (2), 479-506.



MANAJEMEN STRATEGI KORPORASI

BAB 5: STRATEGI PERTUMBUHAN

Moh Eko Saputro, S.Pd., M.Sc.

Universitas Selamat Sri Kendal

BAB 5

STRATEGI PERTUMBUHAN

A. PENDAHULUAN

Salah satu hal yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah *going concern*, yaitu keberlanjutan perusahaan tersebut dalam mempertahankan bisnisnya dengan cara menghasilkan keuntungan dan membayar seluruh kewajiban yang dimiliki perusahaan. Untuk dapat mencapai hal tersebut, perusahaan harus dinamis mengikuti perkembangan keadaan dalam mengelola dan mengembangkan strategi yang tepat.

Ketika perusahaan telah mencapai keadaan stabil, maka mereka perlu memikirkan langkah selanjutnya yaitu pertumbuhan berkelanjutan (*growth sustainability*). Perusahaan harus keluar dari zona nyamannya agar tidak tergerus oleh dinamika kompetisi yang sangat dinamis. Hal itu dibuktikan oleh perusahaan Nokia yang berujung kebangkrutan. Nokia merasa perusahaannya sudah sangat stabil dan menutup mata dengan strategi pertumbuhan yang diterapkan oleh para pesaingnya. Keangkuhan Nokia dapat dilihat dari penolakan mereka terhadap penawaran Sistem Operasi Android dan stagnan dengan OS mereka yang sudah usang. Ketidak hati-hati Nokia dalam mengantisipasi strategi pertumbuhan kompetitor, dan kesombongan mereka inilah yang menjadi awal dari kebangkrutan perusahaan mereka.

Mengembangkan bisnis merupakan tugas yang kompleks. Dibutuhkan rencana strategis yang cermat dan pelaksanaan yang tepat agar bisnis Anda dapat mengalami perkembangan. Strategi yang bertujuan untuk mencapai hal ini disebut sebagai strategi pertumbuhan atau “*growth*

DAFTAR PUSTAKA

- Ansoff, H.I. (1965). Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion. New York: McGraw-Hill.
- Chattejee, S. (1986). "Types of Synergy and Economic Value: The Impact of Acquisitions on Merging Firms," · Strategic Management Journal, 7.
- Freier, J. (1990). Successful Corporate Acquisitions. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Harper, S.C. (1992). "Developing A Corprenuerial Strategy for Fostering Business Growth and Revitalization," Business Strategies,.Juli/Agustus.
- Kotler, P. (2011), "Philip Kotler's Contributions to Marketing Theory and Practice", Malhotra, N.K. (Ed.) Review of Marketing Research: Special Issue – Marketing Legends (Review of Marketing Research, Vol. 8)
- Penrose, E.T. (1959). The Theory of Growth of the Firm. Oxford: Blackwell.



MANAJEMEN STRATEGI KORPORASI

BAB 6: MANAJEMEN PORTOFOLIO BISNIS

Dr. Herlina Lusiana, S.E., M.M

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjarmasin

BAB 6

MANAJEMEN PORTOFOLIO BISNIS

A. MANAJEMEN PORTOFOLIO

1. Manajemen Portofolio

Manajemen portofolio adalah proses membangun dan mengelola aset untuk mencapai tujuan investasi. Manajemen portofolio dapat dilakukan sendiri, oleh manajer portofolio, atau konsultan finansial.

Manajemen Portofolio Adalah proses terintegrasi yang terdiri atas gabungan beberapa langkah yang diimplementasikan secara konsisten untuk membuat dan mengelola portofolio aset untuk mencapai tujuan dari seorang investor. Untuk menghasilkan manajemen portofolio yang baik, maka diperlukan adanya perpaduan aset investasi yang tepat membuat perubahan dalam portofolio tersebut.

2. Tujuan Manajemen Portofolio

Tujuan manajemen portofolio yang paling utama adalah untuk mendatangkan keuntungan bagi investor atau pemilik dana dan meminimalkan resiko kerugian yang mungkin mereka hadapi nantinya. Tugas utama manajemen portofolio investasi yaitu mengelola seluruh aset agar mencapai hasil sesuai dengan target dan mencapai imbal hasil yang maksimal.

Tujuan lainnya, diantaranya yaitu :

a. Memaksimalkan Keuntungan Investasi

Dengan manajemen kumpulan aset manajemen portofolio secara tepat, kamu bisa mengecek secara detail aset yang mampu memberikan keuntungan dan kerugian. Dengan demikian bisa

DAFTAR PUSTAKA

- Aryanto, Agus. 2013. Perbandingan Portofolio Saham Dengan Model Indeks Tunggal Antara JII dengan FTSE Bursa Malaysia Emas Syariah Index. Skripsi (tidak dipublikasikan). UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- E. Sutanta, Sistem Informasi Manajemen, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003.
- Wibisono, in Manajemen Kinerja Korporasi & organisasi, Erlangga, 2011, p. 43.
- H. Kerzner Ph.D., Project management A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controling, New Jersey: John Wiley & Sons Inc, 2009.
- Ahmad, Kamarudin. 2004. Dasar-Dasar Manajemen Investasi dan Portofolio. Cetakan Kedua. Jakarta: PT.Rineka Cipta
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A.J. 2006. Investments and Portofolio Management. Sixth Edition, New York : The McGraw-Hill Companies, Inc.
2011. Investments and Portofolio Management. Global Edition, New York : The McGraw-Hill Companies, Inc. Elton, E.J., Gruber, M.J., Brown, S.J., & Goetzmann, W.N. 2011. Modern Portofolio Theory and Investment Analysis. New York : John Wiley & Sons, Inc
- Husnan, Suad. 2001. Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- . 2003. Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas. Edisi Ketiga, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.



MANAJEMEN STRATEGI KORPORASI

BAB 7: STRATEGI INTERNASIONAL

Dr. Agus Dedi Subagja, S.E., MAB

Universitas Subang

BAB 7

STRATEGI INTERNASIONAL

A. PENDAHULUAN

Dalam menjalankan suatu kegiatan bisnis sebuah perusahaan akan dihadapkan dengan berbagai aspek terkait penyusunan strategi bisnis. Aspek – aspek tersebut akan berkaitan dengan jenis produk atau jasa yang diproduksi, lokasi dimana bisnis akan dijalankan dan bagaimana cara pemasaran dari produk atau jasa yang dihasilkan tersebut. Dalam praktik bisnis yang berkaitan dengan lingkungan internasional tingkat kompleksitasnya akan sangat tinggi, dikarenakan dalam perusahaan yang berskala internasional ini mereka harus memikirkan strategi dalam memilih lokasi produksi di berbagai negara yang berbeda karena memiliki ruang lingkup pasar yang lebih luas. Pada bab ini akan membahas mengenai definisi dari strategi internasional, jenis strategi internasional, tahapan identifikasi strategi internasional, tipe dari struktur organisasi internasional, dan faktor-faktor penting yang akan memiliki pengaruh terhadap pemilihan struktur organisasi internasional.

B. DEFINISI STRATEGI INTERNASIONAL

International strategic management adalah proses perencanaan manajemen yang komprehensif dan berkelanjutan untuk merumuskan dan menerapkan strategi yang memungkinkan perusahaan untuk bersaing secara global dan efektif. Proses pengembangan strategi internasional dinamakan dengan *strategic planning*. *Strategic planning* biasanya merupakan tanggung jawab eksekutif level atas pada kantor pusat

DAFTAR PUSTAKA

- Badriyah, Siti Malikhatun. 2019. *Aspek Hukum Perjanjian Franchise.* Semarang : CV. Tigamedia Pratama
- Prahendratno, Antonius., dkk. 2023 . *Buku Ajar Pengantar Bisnis.* Cilegon : PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Suyanto, Olivia Tanaya, dkk. 2022. *Bisnis Internasional : Strategi dan Tantangan Kontemporer.* Surabaya: Direktorat Penerbitan dan Publikasi Ilmiah Universitas Surabaya.
- Syahmin AK. 2006. *Hukum Kontrak Internasional.* Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Tarigan Josua, Swenjiadi Yenewan, dan Grace Natalia. 2016. *Merger dan Akuisisi dari Perspektif Strategis dan kondisi Indonesia (Pendekatan Konsep dan Studi Kasus).* Yogyakarta : Ekuilibria.
- Zebua, Rony Sandra Yola., dkk. 2023. *Bisnis Digital (Strategi Administrasi Bisnis Digital untuk Menghadapi Masa Depan).* Padang : PT. Sonpedia Publishing Indonesia.



MANAJEMEN STRATEGI KORPORASI

BAB 8: INOVASI DAN STRATEGI KORPORASI

Fia Birtha Al Sabet, S.TP., M.M

STEBI Syaikhona Kholil Sidogiri

BAB 8

INOVASI DAN STRATEGI KORPORASI

A. PENDAHULUAN

Saat ini, dunia tengah berada pada era revolusi industry 4.0 atau revolusi industri dunia keempat yang ditandai dengan teknologi menjadi basis dalam kehidupan manusia. Pada masa ini, manusia disuguhkan dengan fasilitas teknologi digital yang sangat canggih serba otomatisasi dalam kehidupan sehari-hari untuk memudahkan segala aktifitas pekerjaan manusia (Tahar, et al., 2022). Era ini telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan, salah satunya bidang ekonomi yang kemudian memunculkan nama baru yang disebut dengan ekonomi digital (Rosmida, 2019);

Sementara masih banyak industri yang baru mulai beradaptasi dengan industry 4.0, wacana mengenai revolusi selanjutnya yaitu Society 5.0 sudah mulai berjalan. Society 5.0 adalah konsep teknologi Masyarakat yang berpusat pada manusia dan berkolaborasi dengan sistem teknologi berupa IOT (*Internet of Things*) dan AI (*Artificial Intelligence*) yang dapat memproses big data dan menganalisa data tersebut untuk menyelesaikan masalah sosial yang terintegrasi pada ruang dunia maya dan nyata (Rosmida, 2019). Society 5.0 lebih menitikberatkan pada integrasi antara teknologi canggih dan inovasi yang dapat mendorong perkembangan sistem produksi yang lebih efisien, fleksibel, berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan.

Pertumbuhan teknologi yang cepat telah menyebabkan banyak perubahan -perubahan dan persaingan pasar yang ketat. Selain itu, saat ini kita juga memasuki era VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity, and*

DAFTAR PUSTAKA

- Elitan, L. (2020). Competing in the Era of Industrial Revolution 4.0 and Society 5.0. *Jurnal Maksipreneur Manajemen Koperasi dan Entrepreneurship*, 10(1): 1-12.
- Rogers, E.M. (2003). Diffusion of Innovations, 5th Edition. New York: The Free Press.
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1): 82-88.
- Hurley, R.F., and Hult, G. (1998). Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. *Journal of Marketing*, 62:42-54.
- Jannah, M. (2014). Strategi Inovasi Produk dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif. *Islamiconomic*, 5(1): 1-15.
- Livio, R (2018) : Explaining Growth Differences across Firms: The Interplay between Innovation and Management Practices, JRC Working Papers on Corporate R&D and Innovation, No. 03/2018, European Commission, Joint Research Centre (JRC), Seville.
- Porter, M.E. (1993). Keunggulan Bersaing, Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul. Jakarta: Erlangga.
- Priyatiningssih, K. (2022). Faktor-faktor penentu strategi korporasi dalam perubahan teknologi dan kemampuan inovasi. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 20 (1): 57-69.
- Republik Indonesia. (2002). Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
- Rosmida. (2019). Transformasi Peran Akuntan dalam Era Revolusi Industri 4.0 dan Tantangan Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 7:206-212.
- Sulisworo, D. (2010). *Strategi Korporasi*. Yogyakarta: Teknik Industri Universitas Ahmad Dahlan.
- Tahar, A., Setiadi, P.B., dan Rahayu, S. (2022). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2): 12380-12394.

Wijaya, R.A., Qurratuaini, N.I., dan Paramastri, B. (2019). Pentingnya Pengelolaan Inovasi Dalam Era Persaingan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5(2): 217-227.



MANAJEMEN STRATEGI KORPORASI

BAB 9: ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL KORPORASI

Yeni Januars, S.E., Ak., M.Sc., CA., Ph.D., CAPM., CAPF

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

BAB 9

ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL KORPORASI

A. PENDAHULUAN

Ketika mempelajari aktivitas bisnis, banyak yang terfokus pada isu selain etika ataupun tanggung jawab social korporat. Sebagai contoh banyak pihak cenderung lebih mementingkan mempelajari analisis laporan keuangan, kondisi finansial perusahaan, atau bagaimana strategi bisnis yang dijalankan oleh perusahaan atau pesaing. Topik-topik tersebut tentu saja sangat krusial untuk dipelajari, akan tetapi etika korporasi dan tanggung jawab sosial korporat telah menjadi isu yang tidak bisa diabaikan begitu saja oleh para pelaku bisnis, bahkan bagi pihak regulator atau pemerintah pada masa sekarang. Salah satu penyebab semakin populernya masalah etika dan tanggung jawab social korporat adalah karena makin marak nya kasus-kasus etika maupun kasus terkait tanggung jawab social korporat yang terjadi pada perusahaan yang terdaftar di bursa saham ataupun perusahaan negara (BUMN).

Masalah etika dan tanggung jawab social korporat telah menjadi masalah global yang menarik untuk dikaji dan bahkan menjadi topik yang hangat untuk dibahas melalui berbagai penelitian empiris. Sebagai contoh, Hartman, Desjardin, dan MacDonald (2018) mengemukakan bahwa boikot konsumen berdasarkan dugaan perilaku tidak etis atau aliansi menimpa beberapa perusahaan terkenal seperti Nike, McDonald's, Carrefour, Home Depot, Chiquita Brands International, Fisher-Price, Gap, Shell Oil, ExxonMobil, Levi Strauss, Donna Karan, Kmart, Walmart, Nestlé, Nokia, Siemens, BP, H&M, Target, Timberland, Delta Air Lines, dan Chick-fil-A.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan Safi, Yingying Chen, Abdul Qayyum, Salman Wahab & Maaz Amin. 2023. How does corporate social and environmental responsibility contribute to investment efficiency and performance? Evidence from the financial sector of China, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36:2, DOI: [10.1080/1331677X.2022.2142816](https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2142816)
- Ahmed A. Sarhan, Ali Meftah Gerged, Do corporate anti-bribery and corruption commitments enhance environmental management performance? The moderating role of corporate social responsibility accountability and executive compensation governance, *Journal of Environmental Management*, 10.1016/j.jenvman.2023.118063, 341, (118063), (2023).
- Ali, H. Y., Danish, R. Q., & Asrar-ul-Haq, M. (2020). How corporate social responsibility boosts firm financial performance: The mediating role of corporate image and customer satisfaction. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 166–177. <https://doi.org/10.1002/csr.1781>
- Bacha, S., Ajina, A. and Ben Saad, S. (2021), "CSR performance and the cost of debt: does audit quality matter?", *Corporate Governance*, Vol. 21 No. 1, pp. 137-158. <https://doi.org/10.1108/CG-11-2019-0335>
- Benlemlih, M., Bitar, M. Corporate Social Responsibility and Investment Efficiency. *J Bus Ethics* 148, 647–671 (2018). <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3020-2>
- Bonnie Buchanan, Cathy Xuying Cao, Chongyang Chen. 2018. Corporate social responsibility, firm value, and influential institutional ownership. *Journal of Corporate Finance*, Volume 52, Pages 73-95, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2018.07.004>.
- Chun, J. S., Shin, Y., Choi, J. N., & Kim, M. S. (2013). How Does Corporate Ethics Contribute to Firm Financial Performance?: The Mediating Role of Collective Organizational Commitment and Organizational Citizenship Behavior. *Journal of Management*, 39(4), 853–877. <https://doi.org/10.1177/0149206311419662>

- Choi, T. H., & Jung, J. (2008). Ethical Commitment, Financial Performance, and Valuation: An Empirical Investigation of Korean Companies. *Journal of Business Ethics*, 81(2), 447–463. <http://www.jstor.org/stable/25482225>
- Desjardins, J. 2014. An Introduction To Business Ethics, Fifth Edition. New York, The McGraw Hill Companies
- Ferrel, O.C., Fraedrich, J., dan Farrel, L. 2011. Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases, 8th Edition. USA. South Western, CENGAGE LEARNING
- Gürlek, M., Düzgün, E. and Meydan Uygur, S. 2017. How does corporate social responsibility create customer loyalty? The role of corporate image. *Social Responsibility Journal*, Vol. 13 No. 3, pp. 409-427, doi: 10.1108/SRJ-10-2016-0177.
- Handoyo, Sofik. 2020. The Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: Empirical Evidence from Indonesia Listed Firms. *Journal of Accounting Auditing and Business* - Vol.3, No.1.
- Hartman, L.P., Desjardins, J., dan McDonald, C. 2018. Business Ethics: Decision Making For Personal Integrity & Social Responsibility, 4th Edition. New York. McGaw Hill Education
- Hatem Rjiba, Abderrahman Jahmane, Ilyes Abid. 2020. Corporate social responsibility and firm value: Guiding through economic policy uncertainty. *Finance Research Letters*, Volume 35, 101553, doi: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101553>.
- Heyward, Chastity. 2020. The Growing Importance Of Social Responsibility In Business. Forbes. Diakses tanggal: 21 Agustus 2023: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2020/11/18/the-growing-importance-of-social-responsibility-in-business/>
- Huifeng Xu, Xiaodong Xu & Junli Yu. 2021. The Impact of Mandatory CSR Disclosure on the Cost of Debt Financing: Evidence from China, *Emerging Markets Finance and Trade*, 57:8, 21912205, DOI: [10.1080/1540496X.2019.1657401](https://doi.org/10.1080/1540496X.2019.1657401)
- Iswara, A. J. 2022. Kenapa Kinder Joy Ditarik BPOM, Begini Awal Kasusnya dari Inggris. Diakses tanggal 18 Agustus 2023: <https://www.kompas.com/global/read/2022/04/12/1803005>

[70/kenapa-kinder-joy-ditarik-bpom-begini-awal-kasusnya-dari-inggris?page=all](https://kenapa-kinder-joy-ditarik-bpom-begini-awal-kasusnya-dari-inggris?page=all)

- MacKenzie, C., & Lewis, A. 1999. Morals and Markets: The Case of Ethical Investing. *Business Ethics Quarterly*, 9(3), 439–452. <https://doi.org/10.2307/3857511>
- Marwa Samet, Anis Jarboui. 2017. How does corporate social responsibility contribute to investment efficiency? *Journal of Multinational Financial Management*, Volume 40, Pages 33-46, ISSN 1042-444X, doi: <https://doi.org/10.1016/j.mulfin.2017.05.007>
- Mohmed, A., Flynn, A. and Grey, C. (2020), "The link between CSR and earnings quality: evidence from Egypt", *Journal of Accounting in Emerging Economies*, Vol. 10 No. 1, pp. 1-20. <https://doi.org/10.1108/JAEE-10-2018-0109>
- Ngoc Tu Tran. 2022. Impact of corporate social responsibility on customer loyalty: Evidence from the Vietnamese jewellery industry, *Cogent Business & Management*, 9:1, DOI: [10.1080/23311975.2022.2025675](https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2025675)
- Österman, Charlotte. 2014. Why Companies Engage in CSR. Bachelor Thesis, Lund University, School of Economics and Management. Diakses tanggal 19 Agustus 2021: <https://lup.lub.lu.se/luur/download?fileId=4305522&func=downloadFile&recordId=4305521>
- Oktavianawati, L., dan Wahyunungrum, I.F.S. 2019. Factors Effecting Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure. *Accounting Analysis Journal*, 8(2), 110-117. <https://doi.org/10.15294/aaaj.v8i2.22745>
- Rui Coelho, Shital Jayantilal, Joao J. Ferreira. 2023. The impact of social responsibility on corporate financial performance: A systematic literature review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Volume 30, Issue 4, July 2023, Pages 1535-1560
- Salin, A.S.A.P., Ismail, Z., Smith, M. and Nawawi, A. (2019), "Board ethical commitment and corporate performance: Malaysian evidence", *Journal of Financial Crime*, Vol. 26 No. 4, pp. 1146-1164. <https://doi.org/10.1108/JFC-10-2017-0099>

Saverio Bozzolan, Michele Fabrizi, Christine A. Mallin, Giovanna Michelon.
2015. Corporate Social Responsibility and Earnings Quality:
International Evidence. *The International Journal of Accounting*,
Volume 50, Issue 4, Pages 361-396,
Doi:<https://doi.org/10.1016/j.intacc.2015.10.003>.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang
Perseroan Terbatas

Zhang, N. How does CSR of food company affect customer loyalty in the
context of COVID-19: a moderated mediation model. *Int J Corporate
Soc Responsibility* 7, 1 (2022). <https://doi.org/10.1186/s40991-021-00068-4>

Zhang, Y., Navone, M., Michayluk, D. and Wu, E. (2017), “*The impact of
corporate social responsibility on shareholder ' s wealth : evidence
from mergers*”, available
at: [https://acfr.aut.ac.nz/_data/assets/pdf_file/0018/105480/8975
6-CSR-and-Shareholder_YZ.pdf](https://acfr.aut.ac.nz/_data/assets/pdf_file/0018/105480/8975
6-CSR-and-Shareholder_YZ.pdf)



MANAJEMEN STRATEGI KORPORASI

BAB 10: IMPLEMENTASI DAN PENGELOLAAN STRATEGI KORPORASI

Mahfud Nugroho, S.E.Sy., M.M

Universitas Selamat Sri

BAB 10

IMPLEMENTASI DAN PENGELOLAAN STRATEGI KORPORASI

A. PENDAHULUAN

Pada bab sebelumnya dijelaskan tentang strategi utama dan tujuan-tujuan jangka panjang perusahaan dalam rangka menciptakan kesuksesan perusahaan dimasa yang akan datang. Namun untuk merealisasikan hal tersebut, sumber daya manusia yang ada perlu dibina dan diarahkan untuk mencapai tujuan itu. Untuk mencapai tujuan jangka panjang perlu adanya rincian kegiatan jangka pendek yang perlu disusun. Rencana kegiatan jangka pendek perlu disusun untuk merealisasikan tujuan jangka pendek. Dalam menyusun rencana kegiatan jangka pendek diperlukan taktik yang berisi aktivitas penting yang dilakukan secara konsisten dari berbagai lini baik pemasaran, keuangan, maupun peningkatan sumber daya manusianya dalam menciptakan produk atau jasa (Suryani 2017).

Untuk mencapai peluang besar dalam keberhasilan bisnis. Suatu bisnis perlu melakukan upaya pengendalian terhadap apa yang diperlukan dalam memproduksi barang dan jasa. Segala aktivitas perusahaan baik yang bersifat primer maupun sekunder atau pendukung tidak selalu harus dikerjakan sendiri. Artinya bisa saja pekerjaan tersebut dikerjakan oleh orang atau perusahaan luar. Dengan catatan bahwa ketika perusahaan mengalihkan pekerjaan tersebut dari luar, perusahaan akan lebih untung karena bisa menekan biaya produksi jika dibandingkan kalau dikerjakan di dalam perusahaan. Istilah semacam ini disebut pengalih dayaan (*outsourcing*) yaitu bagaimana perusahaan memperoleh barang, jasa atau

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, Roni Angger. 2023. *1 Manajemen Strategi : Teori, Aplikasi Dan Studi Kasus.* 1st ed. Malang: AE Publishing.
- Delimunthe, Syairal Fahmy. 2016. "Manajemen Konflik Dalam Organisasi." *Jurnal Bahas Unimed.*
- Edison, Emron, Anti Anti Riyanti, and Deni Yustiana. 2016. "BUDAYA ORGANISASI DALAM ASPEK PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN (Studi Kasus Di Hotel Perdana Wisata, Bandung)." *Tourism Scientific Journal* 1(2): 134.
- Farahdiba, Dea. 2020. "Konsep Dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi." *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna* 8(1): 22.
- Fred R. David, and Forest R. David. 2016. *Manajemen Strategik Suatu Keunggulan Bersaing* . 15th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Gea, Sonitehe. 2022. "Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan." *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi* 1(1): 48–54.
- Guyana, Jeslyn, and Ronny H. Mustamu. 2013. "Perumusan Strategi Bersaing Perusahaan Yang Bergerak Dalam Industri Pelayaran." *Agora* 1(3): 1–12.
- Harini, Luluk Tri, et. al. 2023. *PERILAKU KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN*. Badung: Infes Media.
- Imon, Wanda, Altje Tumbel, and Yunita Mandagie. 2018. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Dan Kegagalan Pada Strategi Pemasaran Toko Sepatu Payless Cabang Megamall." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6(3): 1308–17.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20213>.
- Joe K. Shim, Joel G. Siegel. 2011. *Budgeting Basics and Beyond*. 2nd ed. Canada: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Kurniawati, Erna. 2019. "Implementasi Strategi Segmentasi Dan Positioning Radio Romansa FM Ponorogo Dalam Upaya Merebut Pangsa Pasar." *Dialogia* 16(1): 138.

- Maryati, Wiwik. 2018. "Daerah Melalui Manajemen Image Di Era." *Bisnis dan Manajemen* 10(April): 134–44.
- Mashuri, Mashuri. 2020. "Analisis Dimensi Loyalitas Pelangan Berdasarkan Perspektif Islam." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 9(1): 54–64.
- Muspawi, Mohamad. "MANAJEMEN_KONFLIK_UPAYA_PENYELESAIAN_KON."
- Pella, Darmin Ahmad. 2016. *PROBLEM IMPLEMENTASI STRATEGI: Temukan Dan Atasi Penyebab Kegagalan Implementasi Strategi Di Organisasi Anda*. 1st ed. Jakarta: Aida Infini Maksima.
- Prabhuputra, Anak Agung et al. 2019. "Jurnal Analogi Hukum Sistem Outsourcing Dalam Hubungan Industrial Di Indonesia (Outsourcing System In Industrial Relation In Indonesia)." *Jurnal Analogi Hukum* 1(1): 22–27.
- Rico Andika, I Kadek, and Ida Bagus Panji Sedana. 2019. "Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8(9): 5803.
- Sasongko, Dian Arum. 2020. "Pengaruh Kecanggihan Teknologi Informasi, Partisipasi Manajemen, Pengetahuan Manajer Akuntansi Terhadap Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi." *Jurnal Ilmiah Aset* 22(2): 79–88.
- Suryani, Tatik. 2017. *1 Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Susanti, Yayuk, and Sasi Agustin. 2015. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Perusahaan Food and Beverages." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 4(9): 1–15.
- Tyoso, Jaluanto Sunu Punjul. 2016. *1 Sistem Informasi Manajemen*. 1st ed. Yogyakarta: Deepublish.
- Walean, Ronny Hansje. 2009. "Konsep Dan Strategi Penentuan Posisi Produk Dalam Pasar." *JBE (Journal of Business and Economics)* 8(1): 37–40.

Yoebrilanti, Anggit. 2018. "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial)." *Jurnal Manajemen* 8(1): 20–41.

PROFIL PENULIS

Dr. Agus Supandi Soegoto, S.E., M.Si



Penulis adalah dosen tetap pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi (S-1), Program Pascasarjana (S-2) Magister Manajemen (MM) dan Program Doktor Ilmu manajemen (PSDIM, S-3) Universitas Sam Ratulangi Manado. Mendapatkan gelar Insinyur, pada jurusan Sosek Peternakan Universitas Padjadjaran Bandung (1992) Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen, FEB Universitas Sam Ratulangi Manado (2002). Mendapatkan gelar Magister Sains Jurusan Manajemen Sumber Daya Program Pascasarjana Universitas Sam Ratulangi Manado (2004), dan Doktor Manajemen Pemasaran di Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung (2010). Buku yang telah ditulis: Manajemen Pemasaran, Penerbit CV. Patra Media Grafindo, (ISBN. 9786026529657). Keunggulan Posisional (2022), Penerbit Bintang Semesta Media, (ISBN. 9786235925769). Pendidikan Kewarganegaraan (2022): "Hakikat, Konsep dan Urgensi" Penerbit Widina Bhakti Persada ISBN 978-623-459-085-2. Manajemen Pemasaran Jasa (2022). Penerbit Widina Bhakti Persada. ISBN 978-623-459-126-2. Manajemen Pemasaran Kontemporer (2022). Penerbit Widina Bhakti Persada ISBN 978-623-459-111-8. Manajemen Koperasi dan UMKM (2022). Penerbit Widina Bhakti Persada ISBN 978-623-459-174-3. Pendidikan Kewarganegaraan (2022). Penerbit Widina Bhakti Persada ISBN 978-623-459-085-2. Bidang minat dan spesialisasi adalah Manajemen, *Marketing, Marketing Management* dan *Enterpreneurship, juga Management Science, Statistics for Business, and Research Methodology*. Pengalaman profesional yang dijalani yaitu sebagai Analis *Credit Department* Bank DEKA Head Office Jakarta (1993-1994), *Credit Reviewer* PT. Bank Surya Tbk. Head Office Jakarta (1994-1995), *Senior Account Officer* PT. Bank BDNI Tbk Cabang Sunter dan Cempaka Mas Jakarta (1996-1997). Pengalaman sebagai pengelola Pendidikan tinggi, yaitu: Pembantu Direktur II-IGI Bandung (1998), Pembantu Ketua II STIE-STEMIK IGI Bandung (1999), dan Pembantu Rektor II UNIKOM (2000). Rektor Universitas Dumoga Kotamobagu (2020-sekarang).

Wijiharta, S.P., M.M



Penulis mengenyam pendidikan tingkat dasar hingga master di kota pelajar, Yogyakarta. Sejak tahun 2009 mengabdikan ilmunya sebagai dosen pada Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Hamfara, hingga saat ini. Mata kuliah yang diampu adalah Manajemen Strategi, Manajemen SDM, Seminar Manajemen Islami dan Statistika Bisnis. Artikel ilmiah yang dihasilkan telah termuat pada jurnal internal, nasional dan internasional. Penulisan buku kolaboratif yang telah dihasilkan adalah Manajemen Sumber Daya Manusia – Sebuah Strategi Perencanaan dan Pengembangan, Perilaku Organisasi dan Manajemen Perubahan, Bunga Rampai Kajian Ekonomi Islam, Kewirausahaan Syariah, Human Resources & Organization, Manajemen Talenta. Motto hidupnya adalah mencari ilmu dan menularkan sebagai ibadah pengabdian membangun generasi masa depan yang lebih baik.

Dr. Alfa Santoso Budiwidjojo Putra, S.E., M.M.



Universitas Kristen Duta Wacana memberikan kepada Dr. Alfa Santoso Budiwidjojo Putra, S.E., M.M., gelar Sarjana Ekonomi dalam Ilmu Manajemen. Ia kemudian melanjutkan pendidikannya dengan memperoleh gelar S2 di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Namun, semangatnya untuk belajar terus berlanjut. Setelah itu, dia melanjutkan pendidikannya dengan gelar S3 di Universitas Kristen Satya Wacana, memperdalam pengetahuannya tentang manajemen. Perjalanan akademiknya mencapai puncaknya pada tahun 2023 ketika ia bergabung sebagai dosen tetap di Universitas Pignatelli Triputra. Sebagai seorang pendidik, ia memberikan kontribusi berharga dalam dunia pendidikan dengan berkomitmen untuk berbagi pengetahuannya yang luas kepada siswanya. Anda dapat menghubungi Dr. Alfa Santoso Budiwidjojo Putra melalui alamat email berikut: alfasantoso@gmail.com. Perjalanan akademiknya yang mengesankan menunjukkan komitmennya untuk pertumbuhan dan kontribusi pendidikan.

Erlina Puspitaloka Mahadewi, S.E., M.M., MBL., CMA



Penulis saat ini merupakan Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta, Program Studi Manajemen. Penulis sampai saat ini mengajar sebagai Dosen Tamu (PAMU) di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia (UI) Depok, serta Dosen Tamu di S2 Paska Sarjana Magister Kesehatan di Universitas Respati Nusantara (URINDO) Jakarta. Penulis adalah lulusan S2 Magister Manajemen Pasca Sarjana dari Universitas Diponegoro (UNDIP), Semarang Jawa Tengah Indonesia, jurusan Manajemen Strategi, juga memegang program gelar ganda Magister Hukum Bisnis dari West Coast Institute of Management & Technology, Perth, fokus pada Corporate Legal Drafting dan Business Law. Penulis saat sedang menyelesaikan S3 Doktoralnya di Universitas Mercu Buana Jakarta, konsentrasi Manajemen Pemasaran. Sebagai akademisi Penulis telah banyak meraih penghargaan Nasional dan Internasional. Penulis juga memiliki latar belakang akademis yang kuat serta pengalaman untuk menangani group korporasi kesehatan seperti rumah sakit, dengan jaringan kerja yang luas atau perawatan kesehatan internasional termasuk jaringan rumah sakit serta sistem rujukannya. Penulis memiliki pengetahuan dan pengalaman internasional serta sertifikasi profesional tentang pemasaran, konsumen kesehatan, rumah sakit, mutu-ISO juga komunikasi pemasaran dalam bisnis Kesehatan. Termasuk bagaimana menangani krisis pelanggan, klien kesehatan, konsumen dan media kesehatan, bagaimana mengembangkan kepercayaan publik untuk menciptakan hubungan terbaik, reputasi, dan aktivitas dan manfaat, menentukan strategi diversifikasi pemasaran dan bisnis bagi perusahaan.

Moh Eko Saputro, S.Pd.M.Sc.



merupakan dosen akuntansi di salah satu universitas swasta yang ada di Kendal. Pria kelahiran Kudus tersebut menyelesaikan studi S1 nya di Universitas Negeri Semarang pada tahun 2018. Setelah itu, ia melanjutkan studi magisternya di Universitas Gadjah Mada Jurusan Akuntansi konsentrasi Akuntansi Manajemen. Fokus kajian yang ditekuni olehnya yaitu terkait Sistem Pengendalian Manajemen, Etika Bisnis, dan *Islamic Accounting*.

Dr. Agus Dedi Subagja, S.E., MAB.



Seorang Penulis dan Dosen di Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Subang (UNSUB). Lahir di Subang, 27 Mei 1977. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan bapak Tawin dan Ibu Euis Anah (Almh). Menyelesaikan program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran (UNPAD) prodi Manajemen dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di STIA LAN Bandung Prodi Administrasi Bisnis serta menyelesaikan program Doktor di Prodi Administrasi Bisnis FISIP UNPAD. Penulis mengawali karir dalam bidang Pendidikan sebagai dosen tahun 2006 kemudian saat ini penulis mendapatkan amanah sebagai Ketua Program Studi Administrasi Bisnis sejak November 2019 sampai sekarang. Alamat e-mail : agusdedisubagja01@gmail.com

Fia Birtha Al Sabet, S.TP, M.M



Penulis dikenal dengan sapaan Fia merupakan dosen tetap di Sekolah Tinggi Ekonomi Bisnis Islam (STEBI) Syaikhona Kholid Sidogiri Pasuruan, Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur. Wanita berkelahiran 7 September 1989 di Banyuwangi ini, selain sebagai dosen juga sebagai *Quality Assurance* di salah satu perusahaan manufaktur bahan pangan terbesar di

Indonesia. Sebelum sebagai dosen, penulis juga telah lama berkecimpung dalam dunia Quality Assurance dengan menjabat berbagai posisi di beberapa Perusahaan di Indonesia. Penulis mulai mendalami terkait quality assurance setelah menamatkan pendidikan Sarjana di Universitas Brawijaya Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pangan, lulus pada tahun 2011 dengan predikat Cumlaude. Pada tahun 2013, Fia kemudian melanjutkan pendidikan magister di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA) jurusan magister manajemen. Setelah bergelar Magister Manajemen, Fia bergabung menjadi dosen di STEBI Syaikhona Kholis Sidogiri di Jurusan Ekonomi Syariah. Saat ini, penulis lebih banyak mengabdikan kegiatan untuk pendidikan dan pelatihan. Penulis juga pernah diamanatkan sebagai ketua Lembaga Penjamin Mutu (LPM) di kampus tempat mengajarnya. Selain itu, saat ini beliau juga aktif sebagai Trainer dan Konsultan tetap di Mindo Education dan Benedic Eterna Indonesia, sebuah platform pelatihan dan konsultasi sistem dengan fokus seputar Sistem Manajemen Keamanan Pangan, Sistem Jaminan Halal, Sistem Manajemen Mutu, Quality Assurance, dan Quality Control yang telah memberikan banyak pelatihan bagi puluhan ribu peserta yang tersebar di seluruh Indonesia serta menjadi konsultan di berbagai Industri untuk pendampingan sertifikasi.

Yeni Januarsи SE., Ak., M.Sc., CA., Ph.D., CAPM, CAPF



Penulis lahir di Cilegon, Banten bulan Januari, 1980. Pendidikan S1 diselesaikan di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro (2002), Pendidikan S2 diselesaikan (2009) di Universitas Gadjah Mada dan Pendidikan S3 diselesaikan pada bukan Oktober (2022) di Kyushu University, Jepang. Saat ini penulis aktif melakukan riset yang difokuskan pada topik-topik seputar akuntansi keuangan dan *finance*. Secara spesifik, penulis memiliki *research interest* dalam bidang *earnings management*, *quality of financial reporting*, *corporate governance*, IFRS, serta *corporate finance* dan telah mempublikasikan hasil penelitiannya di jurnal Q1 dan Q2 dari beberapa publisher terbesar dunia. Penulis juga merupakan salah satu *reviewer* di jurnal *Managerial Finance* (Emerald Publisher) tahun 2023 dan

Jurnal SINTA tahun 2023. Penulis juga merupakan dewan editor pada beberapa jurnal. Penulis juga aktif menulis buku dengan dengan topik *finance*, *financial accounting*, dan metodologi penelitian.

Mahfud Nugroho, S.E.Sy., M.M



Penulis lahir di Batang, 29 Maret 1992. Anak pertama dari tiga bersaudara. Mengambil studi S1 Ekonomi Syariah di UIN Abdurrahman Wahid Pekalongan dan S2 Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Pernah memiliki pengalaman kerja sebagai penyiar radio distasiun radio swasta yaitu di MFM Batang dan POPFM Pekalongan selama kurang lebih enam tahun. Pernah mengajar sebagai Dosen di Akademi Seni dan Desain Indonesia Surakarta (ASDI), staff administrasi HRD dan Investasi di Dana Pensiu PT Antam, Staff Inventory di PT NAWAKARA PLTU Batang dan saat ini mengajar sebagai Dosen di Universitas Selamat Sri. Menyukai beberapa hobi seperti olahraga, menyanyi, traveling dan adventure. Selain mengajar juga aktif sebagai voice over talent dan content creator.

Dr. Herlina Lusiana, S.E., M.M.



Penulis lahir di kota Banjarmasin, pada tanggal 04 september 1990. Penulis mengawali pendidikan sarjana (S1) tahun 2008, pada program studi Manajemen, fakultas Ekonomi, universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin dan lulus tahun 2012. Dengan judul skripsi: "Analisis Kinerja Produktivitas kerja pada TVRI Kalsel". Kemudian melanjutkan Magister Manajemen (S2) tahun 2013, pada program studi magister manajemen, Pascasarjana Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin dan Lulus tahun 2015 dengan judul tesis: "Pengaruh Kecerdasan Emosional, Spritual dan Intelektual Terhadap Stress Kerja pada Karyawan Bank CIMB Niaga cab. Banjarmasin". Setelah menyelesaikan Pendidikan Megister, penulis memulai karir pekerjaan sebagai dosen tetap

tahun 2015, pada program studi (S1) manajemen, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin. Dan berhasil meraih gelar Doktor pada tahun 2023 di Universtias 17 Agustus 1945 Surabaya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi dengan Judul Tesis: "Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Profesionalitas Aparatur Sipil Negara Dimediasi Pemberdayaan Psikologis, Self-Leadership, Dan Komitmen Organisasional (Pada Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumberdaya Manusia di Kalimantan Selatan). Sebagai akademisi yang telah aktif sejak tahun 2016, penulis telah mengampu beberapa mata kuliah seperti Manajemen Perbankan, Manajemen Operasional, Perekonomian Indonesia, Studi Kelayakan Bisnis, Teori Ekonomi Mikro dan selanjutnya penulis ingin mengembangkan pengetahuan sesuai bidang ilmunya yaitu Sumber Daya Manusia.

MANAJEMEN STRATEGI

KORPORASI

Persaingan antar perusahaan yang semakin sengit saat ini, telah menjadi isue utama dan perhatian penting bagi para eksekutif perusahaan dalam pengelolaan perusahaan. Pada perusahaan perusahaan besar (korporasi) maka isue tentang manajemen strategi korporasi mendapat tempat yang penting dan menjadi perhatian utama manajemen dalam upaya mempertahankan keberlanjutan perusahaan termasuk perusahaan-perusahaan terkait atau anak perusahaan agar tetap dapat bertahan (survive), dan berkembang secara berkelanjutan.

Bagi sebagian besar manajemen perusahaan yang sukses, fokus terhadap manajemen strategi korporasi menjadi hal yang utama. Langkah pertama yang dilakukan manajemen, terutama untuk menemui kenali area-area bisnis, dimana manajemen harus memusatkan perhatian saat akan beroperasi dan bersaing, dalam upaya maksimisasi laba perusahaan jangka panjang. Strategi yang dapat diterapkan misalnya manajemen tetap memusatkan perhatian hanya pada satu area bisnis (strategi fokus) seperti yang dilakukan manajemen perusahaan antara lain: Mc Donald's, KFC, Dunkin Donut's, Coca Cola, Aqua, dll. Dalam tingkatan Manajemen Strategi Korporasi, implementasi manajemen strategi penting bagi perusahaan induk untuk mencapai tujuan melalui pengambilan keputusan korporasi dengan bersinergi dengan unit-unit bisnis, juga mendorong korporasi meraih keberhasilannya di masa yang akan datang.



Penerbit

widina

www.penerbitwidina.com

ISBN 978-623-459-822-3



9 78623 598223