



Yudiyanto Joko Purnomo, S.E., M.M.



Strategi Manajemen Bisnis Modern

Integrasi Teori dan Praktek

STRATEGI MANAJEMEN BISNIS MODERN

--- Integrasi Teori dan Praktek ---

Yudiyanto Joko Purnomo, S.E., M.M.



PENERBIT KBM INDONESIA

adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku-buku penulis di tanah air Indonesia, serta menjadi media *sharing* proses penerbitan buku.

STRATEGI MANAJEMEN BISNIS MODERN

Integrasi Teori dan Praktek

Copyright @ 2025 By Yudiyanto Joko Purnomo, S.E., M.M.

All right reserved

Penulis

Yudiyanto Joko Purnomo, S.E., M.M.

Desain Sampul

Aswan Kreatif

Tata Letak

Husnud Diniyah

Editor

Dr. Muhamad Husein Maruapey, Drs., M.Sc.

Background isi buku di ambil dari [https://www. freepik. com/](https://www.freepik.com/)

Official

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)

Penerbit KBM Indonesia

Anggota IKAPI/No. IKAPI 279/JTI/2021

081357517526 (Tlpn/WA)

Website

[https://penerbitkbm. com](https://penerbitkbm.com)

[www. penerbitbukumurah. com](http://www.penerbitbukumurah.com)

Email

[naskah@penerbitkbm. com](mailto:naskah@penerbitkbm.com)

Distributor

[https://penerbitkbm. com/toko-buku/](https://penerbitkbm.com/toko-buku/)

Youtube

Penerbit KBM Sastrabook

Instagram

@penerbit. kbmindonesia

@penerbitbukujogja

ISBN: 978-634-202-735-6

Cetakan ke-1, September 2025

15,5 x 23 cm, vi + 169 halaman

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit
Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di DJKI-Kemenkumham
dan isi buku dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

- i. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100. 000. 000 (seratus juta rupiah).
- ii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500. 000. 000,00 (lima ratus juta rupiah).
- iii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1. 000. 000. 000,00 (satu miliar rupiah).
- iv. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4. 000. 000. 000,00 (empat miliar rupiah).

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya buku berjudul “Strategi Manajemen Bisnis Modern: Integrasi Teori dan Praktek” ini dapat terselesaikan dengan baik. Buku ini hadir sebagai wujud refleksi atas dinamika bisnis yang semakin kompleks dan menuntut kemampuan adaptasi yang tinggi dari para pelaku usaha, akademisi, maupun praktisi manajemen. Dalam era globalisasi dan transformasi digital, teori-teori klasik manajemen sering kali perlu ditinjau ulang, diperkaya, dan diintegrasikan dengan praktik nyata agar mampu memberikan solusi relevan bagi tantangan kontemporer.

Buku ini disusun dengan tujuan memberikan pemahaman komprehensif mengenai strategi manajemen modern, yang tidak hanya menekankan pada kerangka konseptual, tetapi juga memperlihatkan implementasi nyata dalam praktik bisnis global. Dengan membagi pembahasan ke dalam sepuluh bab, penulis berusaha menghadirkan alur yang sistematis, dimulai dari fondasi teori manajemen, evolusi strategi bisnis, integrasi teknologi, hingga tren bisnis masa depan seperti green economy, circular economy, dan gig economy. Tidak hanya itu, buku ini juga menyajikan refleksi kritis dan rekomendasi praktis yang diharapkan mampu menjadi inspirasi sekaligus pedoman bagi para pembacanya.

Dalam penyusunannya, penulis berusaha mengintegrasikan literatur akademik terbaru dengan studi kasus aktual dari berbagai sektor industri, sehingga pembaca dapat memperoleh gambaran yang

lebih konkret mengenai penerapan strategi bisnis modern di tingkat global maupun lokal. Dengan pendekatan ini, diharapkan buku ini tidak hanya bermanfaat bagi kalangan akademisi dan mahasiswa, tetapi juga bagi praktisi bisnis, manajer, dan wirausahawan yang ingin meningkatkan daya saing dan keberlanjutan perusahaannya di tengah perubahan zaman.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan edisi selanjutnya. Akhir kata, semoga kehadiran buku ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu manajemen bisnis serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi siapa pun yang ingin memahami dan menguasai strategi bisnis modern dengan integrasi antara teori dan praktik.

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii

BAB 1 PENDAHULUAN MANAJEMEN BISNIS MODERN..... 1

1.1 Definisi Dan Konsep Dasar Manajemen Bisnis	1
1.2 Perkembangan Teori Manajemen Dari Klasik Hingga Modern.....	5
1.3 Tantangan Bisnis Di Era Globalisasi Dan Digitalisasi	9
1.4 Urgensi Integrasi Teori Dan Praktik Dalam Strategi Bisnis.....	13

BAB 2 LINGKUNGAN BISNIS DAN DINAMIKA GLOBAL 19

2.1 Analisis Lingkungan Eksternal (PESTEL, Porter's Five Forces).....	19
2.2 Globalisasi Dan Dampaknya Terhadap Strategi Bisnis	24
2.3 Perubahan Teknologi Dan Disrupsi Digital	28

BAB 3 TEORI-TEORI STRATEGI BISNIS..... 33

3.1 Resource-Based View (RBV) Dan Dynamic Capabilities	33
3.2 Teori Blue Ocean Strategy	37
3.4 Integrasi Teori Dengan Praktik Di Perusahaan Modern	41

BAB 4 PERENCANAAN STRATEGIS DAN FORMULASI STRATEGI. 47

4.1 Visi, Misi, Dan Tujuan Organisasi	47
4.2 Proses Formulasi Strategi Bisnis.....	51
4.3 Analisis SWOT Dan Penerapannya	55

4.4 Kasus Nyata Formulasi Strategi Bisnis Di Perusahaan	59
BAB 5 IMPLEMENTASI STRATEGI BISNIS MODERN	65
5.1 Manajemen Perubahan Dan Transformasi Organisasi.....	65
5.2 Peran Kepemimpinan Dalam Implementasi Strategi.....	69
5.3 Aligning Strategy Dengan Struktur Organisasi.....	73
5.4 Contoh Kasus Implementasi Strategi Di Industri Berbeda	77
BAB 6 INOVASI DAN TEKNOLOGI DALAM STRATEGI BISNIS	81
6.1 Inovasi Sebagai Keunggulan Kompetitif	81
6.2 Transformasi Digital Dalam Bisnis Modern	85
6.3 Pemanfaatan Big Data, AI, Dan IoT	89
6.4 Contoh Kasus Inovasi Strategi Berbasis Teknologi	93
BAB 7 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM STRATEGI BISNIS	99
7.1 Peran SDM Dalam Pencapaian Strategi.....	99
7.2 Talent Management Dan Leadership Development.....	103
7.3 Budaya Organisasi Sebagai Penopang Strategi	107
7.4 Praktik HR Strategis Di Era Modern	111
BAB 8 PEMASARAN STRATEGIS DAN MANAJEMEN PELANGGAN.....	117
8.1 Konsep Pemasaran Strategis	117
8.2 Digital Marketing Dan Customer Relationship Management (CRM).....	121
8.3 Customer-Centric Strategy	126
8.4 Contoh Kasus Pemasaran Modern Berbasis Digital.....	129
BAB 9 KEUANGAN, ETIKA, DAN KEBERLANJUTAN DALAM STRATEGI BISNIS	135
9.1 Strategi Keuangan Dalam Mendukung Bisnis Berkelanjutan....	135
9.2 Corporate Governance Dan Etika Bisnis.....	139

9.3 Triple Bottom Line (Profit, People, Planet)	143
9.4 Praktik Keberlanjutan Dalam Strategi Perusahaan Global	147
BAB 10 MASA DEPAN STRATEGI MANAJEMEN BISNIS MODERN.....	151
10.1 Tren Bisnis Masa Depan: Green Economy, Circular Economy, Gig Economy.....	151
10.2 Strategi Adaptif Dan Agile Business Model.....	155
10.3 Integrasi Teori Baru Dengan Praktik Global	159
10.4 Refleksi Dan Rekomendasi Untuk Bisnis Masa Depan	162
REFERENSI	167
PROFIL PENULIS.....	169

REFERENSI

- Afuah, A. (2014). *Business model innovation: Concepts, analysis, and cases*. Routledge.
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2019). *Strategic management and competitive advantage: Concepts and cases (6th ed.)*. Pearson.
- Burns, J. M. (2010). *Leadership*. Harper Perennial Modern Thought.
- Cameron, K., & Quinn, R. (2011). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework (3rd ed.)*. Jossey-Bass.
- Christensen, C. M., Raynor, M., & McDonald, R. (2015). What is disruptive innovation? *Harvard Business Review*, 93(12), 44–53.
- Daft, R. L. (2021). *Management (14th ed.)*. Cengage Learning.
- Dess, G. G., McNamara, G., Eisner, A. B., & Lee, S. (2019). *Strategic management: Text and cases (9th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Drucker, P. F. (2007). *Management challenges for the 21st century*. Routledge.
- Grant, R. M. (2021). *Contemporary strategy analysis: Text and cases edition (11th ed.)*. Wiley.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). *Strategic management: Concepts and cases: Competitiveness and globalization (13th ed.)*. Cengage Learning.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2020). *Exploring strategy: Text and cases (12th ed.)*. Pearson.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Northouse, P. G. (2021). *Leadership: Theory and practice (9th ed.)*. Sage Publications.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2021). *Management (15th ed.)*. Pearson.
- Schein, E. H., & Schein, P. (2017). *Organizational culture and leadership (5th ed.)*. Wiley.
- Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49.
- Zenger, J. H., & Folkman, J. (2009). The extraordinary leader: Turning good managers into great leaders. McGraw-Hill.

PROFIL PENULIS



Yudiyanto Joko Purnomo, S.E., M.M.

adalah seorang akademisi dan praktisi yang berdedikasi dalam bidang ekonomi dan manajemen. Beliau menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi (SE) serta melanjutkan studi Magister Manajemen (MM) yang memperkuat kompetensi akademiknya. Saat ini, beliau berafiliasi dengan Universitas Nasional

Pasim Kota Bandung, di mana beliau aktif dalam kegiatan tridharma perguruan tinggi, baik dalam bidang pengajaran, penelitian, maupun pengabdian kepada masyarakat.

Selain berkiprah di dunia akademik, Yudiyanto juga memiliki pengalaman praktis dalam bidang manajerial yang memperkaya perspektifnya dalam menulis dan mengembangkan kajian-kajian ilmiah. Minat penelitian beliau mencakup isu-isu manajemen, pengembangan sumber daya manusia, serta inovasi dalam praktik bisnis dan organisasi.

Beliau dapat dihubungi melalui email: joko.jember2015@gmail.com. Saat ini, beliau berdomisili di Kompleks Dakota Fortune Kav. 10, Jl. Dakota I, Sukaraja, Cicendo, Kota Bandung.