



The Influence of External Environment, Internal Environment and Management Competence on The Quality of Company Strategies in Kulonprogo Regency, Yogyakarta

Ahmad Sumiyanto

¹Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta, Sleman, Indonesia

Article History

Received : 25-February-2025

Revised : 27-March-2025

Accepted : 30-April-2025

Published : 31-May-2025

Keywords:

External environment; internal environment; management competence; quality of strategy

Corresponding author:

ahmadsumiyanto@amikom.ac.id

DOI:

<https://doi.org/10.61476/yneh2t57>

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of external environmental analysis, internal environmental analysis, and management competency on the quality of the resulting strategy. This study is expected to help provide insight for company leaders or managers about the importance of strategy quality in improving company performance. The population in this study was all medium and large companies/industries registered with the Kulonprogo Regency Industry and Trade Office, totaling 88 companies. To obtain a suitable sample in this study, the non-random sampling technique used in this study was Purposive Sampling Technique. The quantitative analysis used in this study was multiple linear regression analysis with the help of the SPSS program. Based on the research results and discussion above, it can be concluded that the higher the intensity of external environmental analysis, internal environment analysis, and management competency, the higher the quality of the resulting strategy.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh analisis lingkungan eksternal, lingkungan internal dan kompetensi manajemen terhadap kualitas strategi yang dihasilkan. Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan wawasan bagi pimpinan atau manajer perusahaan tentang pentingnya kualitas strategi dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan/industri menengah maupun besar yang tercatat pada Disperindag Kabupaten Kulonprogo yaitu sejumlah 88 perusahaan. Untuk mendapatkan sampel yang cocok dalam penelitian, maka dalam teknik non random sampling ini gunakan Teknik Purposive Sampling. Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Semakin tinggi intensitas analisis lingkungan eksternal, lingkungan internal dan kompetensi manajemen semakin tinggi kualitas strategi yang dihasilkan.



PENDAHULUAN

Setiap perusahaan atau organisasi baik yang berorientasi pada profit maupun tidak seharusnya melakukan kegiatan evaluasi. Hal ini perlu dilakukan agar supaya dapat mengetahui setiap rencana atau target yang telah ditentukan oleh perusahaan tersebut bisa berjalan atau tidak. Jika tidak dapat dicari penyebabnya dan dapat digunakan sebagai dasar untuk membuat rencana ke depan. Evaluasi dapat dilakukan jika perusahaan tersebut punya rencana yang telah ditentukan sebelum menjalankan kegiatan (Bouaamri et al., 2024). Sehingga rencana merupakan sesuatu yang harus dibuat karena dengan rencana tersebut arah tujuan yang akan dicapai sudah jelas dan bagi setiap bagian atau semua orang dalam perusahaan akan tahu apa yang harus dilakukan/dikerjakan (Marcos et al., 2020).

Kegiatan dalam dunia bisnis tidak mungkin tanpa adanya persaingan kecuali perusahaan monopoli, untuk itu perusahaan akan selalu berusaha untuk menghadapi persaingan dengan berbagai upaya agar perusahaan dapat unggul atau paling tidak mempertahankan posisi perusahaan dalam persaingan. Untuk menghadapi salah satunya adalah kualitas (Resmi et al., 2020). Kualitas ini bisa berupa kualitas dari sisi produk yang dihasilkan maupun kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika perusahaan dapat memberikan kualitas pelayanan yang semakin baik itu akan memberikan dampak yang positif. Namun demikian kualitas yang akan diberikan kepada konsumen baik produk maupun layanan tersebut juga sudah bisa dipahami oleh para karyawan perusahaan dari tingkat manajer maupun karyawan paling rendah. Jika hal tersebut belum berarti kualitas yang akan diberikan kepada konsumen sulit untuk dicapai (Li & Li, 2025).

Keunggulan kompetitif perusahaan/organisasi dapat diraih jika mereka mempunyai kompetensi organisasi, artinya jika terdapat peningkatan kinerja. Hal ini mencakup peningkatan kinerja input, output serta manajerial. Ukuran kinerja adalah pertumbuhan (*growth*) dan kemampulabaan (*profitability*). Secara fungsional kinerja organisasi tercermin pada dari baiknya tingkat kinerja manajemen sumber daya manusia (SDM), keuangan, manajemen operasi dan pemasaran. Strategi yang berkualitas dapat dipahami sebagai strategi yang artikulasi praktisnya diformulasikan secara jelas dan dapat diimplementasikan, strategi yang memiliki pedoman-pedoman dasar yang operasional, strategi yang dapat ditelusuri ulang kekuatan-kelemahannya pada saat evaluasi dilakukan, strategi yang terukur dan karena itu dapat dievaluasi secara transparan dan objektif (Hasan et al., 2024). Strategi yang dibangun dengan formulasi, implementasi yang berkualitas, dengan derajat keinovatifan yang layak serta ruang lingkup yang menyeluruh mempengaruhi kualitas strategi khususnya strategi sumber daya manusia (Suyanto et al., 2023).

Kemampuan mengembangkan pilihan-pilihan strategik merupakan bagian dari proses pengembangan strategi dan kemampuan mengakses peluang dan mengadaptasi ancaman lingkungan akan meningkatkan derajat keandalan strategi yang dikembangkan dan hal ini mengindikasikan mutu sebuah strategi. Kompetensi manajerial merupakan kemampuan manajer dalam memberikan, menanamkan visi dan memberdayakan anggota organisasi untuk merealisasikan visi tersebut. Di samping itu kompetensi manajerial juga merupakan kemampuan manajer untuk menciptakan hubungan dengan lingkungannya. Sebuah strategi yang baik harus didasarkan pada kajian yang mendalam tentang kondisi internal organisasi yang mencakup kekuatan dan kelemahan. *Resources-Based Theory* menyatakan bahwa mutu strategi tergantung

pada bagaimana manajemen menempatkan kapabilitas inti sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari suatu strategi. Analisis Eksternal terdiri dari analisis lingkungan makro dan mikro. (Vásquez et al., 2021) Analisis lingkungan makro bertujuan mengidentifikasi peluang dan ancaman makro yang berdampak terhadap value yang dihasilkan organisasi kepada pelanggan. Obyek pengamatan dalam analisis ini adalah antara lain: kekuatan politik dan hukum, kekuatan ekonomi, kekuatan teknologi, kekuatan sosial, faktor demografi (Zhao et al., 2020).

Analisis eksternal mikro diterapkan pada lingkungan yang lebih dekat dengan institusi yang bersangkutan. Dalam dunia perusahaan, lingkungan tersebut adalah industri di mana suatu perusahaan termasuk di dalamnya. Analisis yang dilakukan dapat menggunakan teori Porter mengenai persaingan, yaitu: kekuatan tawar pemasok, ancaman pendatang baru, kekuatan tawar pembeli, ancaman produk atau jasa pengganti. Analisis internal atau diagnosis keunggulan strategic merupakan suatu proses dimana para pembuat strategi merupakan suatu proses dimana para pembuat strategi menyelidiki fungsi-fungsi yang ada dalam perusahaan untuk menentukan pada bagian-bagian mana perusahaan memiliki kekuatan atau keunggulan dan kelemahan-kelemahan yang signifikan sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang atau kesempatan dan menghadapi ancaman yang ada dalam lingkungan perusahaan (Santos et al., 2020).

Kondisi diatas dapat disimpulkan bahwa, jika organisasi tidak selalu sadar akan keunggulan strategic yang dimiliki, maka tidak mungkin mengenali adanya kesempatan untuk keberhasilan usaha. Sebaliknya jika tidak mampu menganalisis kelemahan-kelemahan yang ada secara teratur, konsekuensinya tidak akan siap atau mampu menghadapi ancaman-ancaman lingkungan secara efektif. kompetensi manajerial manajemen merupakan kemampuan manajer dalam memberikan, menanamkan visi dan memberdayakan anggota organisasi untuk merealisasikan visi tersebut. Disamping itu kompetensi manajerial juga merupakan kemampuan manajer untuk menciptakan hubungan dengan lingkungannya.

Peran manajemen sumber daya manusia adalah mengkomunikasikan visi strategic manajemen puncak pada bawahan dan menggambarkan dengan jelas visi strategic tersebut. Peran dan fungsi manajemen sumberdaya manusia mencerminkan pengelolaan masalah-masalah bisnis yang berhubungan dengan isu-isu manajemen sumberdaya manusia. Manajer dan professional sumber daya manusia mengelola dan memecahkan masalah-masalah bisnis yang terkait dengan sumberdaya manusia. Hal tersebut dapat menjadi sarana dalam membentuk dan merealisasikan visi dan misi strategis (Kohtamäki et al., 2020).

Sistem sumber daya organisasional merupakan gudang informasi, pengetahuan, ketrampilan dan nilai-nilai kerja atau modal organisasi. Modal organisasi memerlukan struktur, spesifikasi teknologi, dan proses organisasi yang dihasilkan melalui interaksi professional sumber daya manusia, yang selanjutnya tertanam dalam sejarah organisasional yang unik (Covin et al., 2020). Jika modal organisasional mendukung perusahaan dalam menarik, mengembangkan dan mempertahankan karyawan yang memiliki kompetensi lebih besar dengan pesaing, maka modal organisasional dapat berperan dalam meraih keunggulan kompetitif berkelanjutan. *Resources-Based Theory* menyatakan bahwa mutu strategi tergantung pada bagaimana manajemen menempatkan kapabilitas inti sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari suatu strategi (Sahaym et al., 2021).

LANDASAN TEORI

Kualitas Strategi

Strategi organisasi merupakan pola keputusan yang berhubungan dengan hal-hal penting yang digunakan untuk; (1) Pedoman bagi organisasi dalam menghadapi lingkungannya, (2) mempengaruhi internal organisasi baik struktur maupun proses dan (3) mempengaruhi kinerja organisasi. Peningkatan kinerja ditentukan oleh strategi bisnis yang digunakan. Strategi merupakan rencana keseluruhan yang menjelaskan posisi daya saing suatu perusahaan. Strategi dapat didefinisikan sebagai kumpulan metode yang digunakan untuk mengembangkan, memproduksi dan menjual produk atau jasa actual (Matarazzo et al., 2021).

Kemudian dijelaskan bahwa strategi yang berkualitas adalah strategi yang dibangun dengan formulasi, implementasi dan evaluasi strategi yang berkualitas, dengan derajat keinovatifan yang layak serta ruang lingkup yang menyeluruh

a. Formulasi strategi

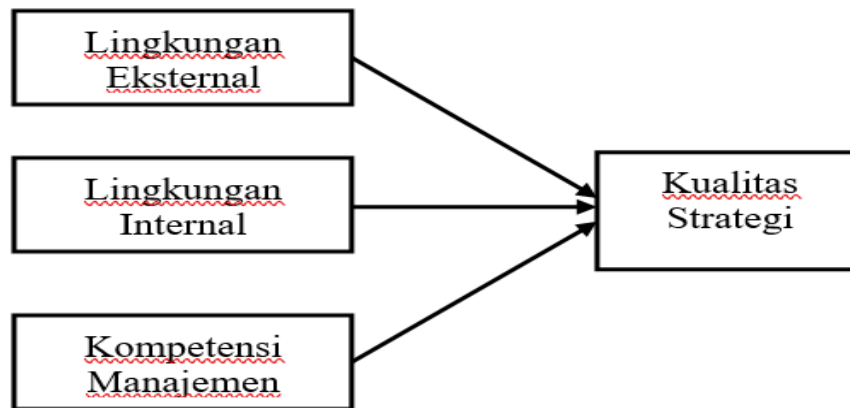
Aliran ini menjelaskan bahwa strategi organisasi pada dasarnya adalah usaha untuk menciptakan *fit* atau *match* antara kapabilitas internal organisasi dan peluang eksternal. Termasuk dalam mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternative strategi, dan akhirnya menentukan/mengeksekusi strategi tertentu yang akan dilaksanakan (Ciampi et al., 2021).

b. Implementasi strategi

Meliputi penetapan tujuan tahunan, membuat kebijakan, motivasi karyawan, dan alokasi sumber daya, sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dijalankan secara baik. Hal penting lainnya yang terkait dengan implementasi adalah mengembangkan budaya yang mendukung pelaksanaan strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif, mengarahkan usaha pemasaran, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memberdayakan sistem informasi, dan menghubungkan kinerja karyawan dengan kinerja organisasi, yang perlu dikembangkan adalah kapabilitas organisasi yang tercermin dari struktur pelaporan manajemen, sistem control dan koordinasi, hubungan-hubungan organisasi informal, sistem jenjang jabatan (Gölgeci et al., 2017).

c. Evaluasi strategi

Strategi yang dijalankan oleh organisasi harus terus menerus dievaluasi, apakah masih tetap sesuai dengan lingkungan organisasi secara internal maupun eksternal. Terdapat empat bentuk kontrol evaluasi strategi, yaitu : kontrol asumsi yang digunakan dalam penyusunan strategi, kontrol pelaksanaan strategi, penilaian stratejik dan kontrol peristiwa khusus. Penilaian strategic dimaksudkan untuk menilai dan mengamati perkembangan baru yang membutuhkan respon penyesuaian atau prakondisi yang harus dapat berjalan dengan baik. Sedangkan kontrol peristiwa dimaksudkan untuk menampung suatu peristiwa khusus yang membutuhkan revisi pelaksanaan atau perencanaan. Secara umum evaluasi strategi meliputi : 1) meninjau ulang factor internal dan eksternal yang menjadi dasar strategi saat ini; 2) mengukur kinerja; 3) mengambil tindakan koreksi (Donbesuur et al., 2020). Secara sistematis kerangka konseptual dalam penelitian ini tampak pada gambar berikut ini :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang masalah, tinjauan pustaka, serta kerangka konseptual, maka hipotesis yang dikembangkan adalah sebagai berikut :

- H₁ : Semakin tinggi intensitas analisis lingkungan eksternal, semakin tinggi kualitas strategi yang dihasilkan
- H₂ : Semakin tinggi intensitas analisis lingkungan internal, semakin tinggi kualitas strategi yang dihasilkan
- H₃ : Semakin tinggi kompetensi manajemen, semakin tinggi kualitas strategi yang dihasilkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan penelitian survey yang mana informasinya dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner (Dachlan, 2014). Pada umumnya pengertian survey dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi (Qadri, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan/industri menengah maupun besar yang tercatat pada Disperindag Kabupaten Kulonprogo Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu sejumlah 88 perusahaan. Sampel penelitian ini adalah sebagian perusahaan/industri menengah maupun besar yang tercatat pada Disperindag Kabupaten Kulonprogo Daerah Istimewa Yogyakarta dan memenuhi kriteria sampel yang diajukan dalam penelitian ini. Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu random sampling dan *non random sampling*. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non random sampling*, teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Widarjono, 2019).

Untuk mendapatkan sampel yang cocok dalam penelitian, maka dalam teknik *non random sampling* ini gunakan Teknik *Purposive Sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Dengan mengacu pada teori tersebut, maka kriteria yang diajukan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Responden mencakup industri yang berskala sedang maupun besar pada Kabupaten Kulonprogo, Yogyakarta
- b. Responden yang memiliki tenaga kerja diatas 30 orang
- c. Responden yang berumur diatas 21 tahun

Analisis kuantitatif adalah analisis yang dilakukan dengan menggunakan rumus-rumus statistik dan teknik perhitungan yang digunakan untuk pengujian data, teori, dan hipotesis. Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. (Bougie, 2016). Perhitungan analisis regresi dilakukan dengan bantuan program *SPSS*. Model ini dipilih untuk mengetahui pengaruh lingkungan eksternal, lingkungan internal, dan kompetensi manajemen terhadap kualitas strategi. Formula dari model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kualitas strategi

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi dari variabel X_1

β_2 = Koefisien regresi dari variabel X_2

β_3 = Koefisien regresi dari variabel X_3

X_1 = Lingkungan eksternal

X_2 = Lingkungan internal

X_3 = Kompetensi manajemen

e = Suku kesalahan, e diasumsikan nol

PEMBAHASAN

Hasil Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif ini ditujukan untuk menguji hipotesis ada tidaknya pengaruh antara lingkungan eksternal, lingkungan internal, kompetensi manajemen terhadap kualitas strategi konsumen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program *SPSS*.

Estimasi Regresi Linier Berganda

Hasil estimasi analisis regresi berganda mengenai pengaruh lingkungan eksternal, lingkungan internal, dan kompetensi manajemen terhadap kualitas strategi disajikan pada Tabel

Tabel 1. Hasil Estimasi Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Koef. Regresi	t _{hitung}	Sign. t _{hitung}	Keputusan
Konstanta	0,477			
Lingkungan eksternal	0,245	4,212	0,005	Signifikan
Lingkungan internal	0,190	3,115	0,033	Signifikan
Kompetensi manajemen	0,839	4,537	0,004	Signifikan
Variabel dependen: Kualitas strategi				
R ² = 0,548				
F _{hitung} = 15,995				
Sign. F _{hitung} = 0,000				

Sumber : Hasil Olah Data (2025)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda tak termoderasi pada Tabel 4.4 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,477 + 0,245X_1 + 0,190 X_2 + 0,839 X_3$$

Pada persamaan di atas nilai konstanta diperoleh sebesar 0,477 yang berarti bahwa jika pada variabel lingkungan eksternal, lingkungan internal, dan kompetensi manajemen sama dengan nol atau tidak mengalami perubahan maka besarnya kualitas strategi akan sebesar 0,477. Kemudian dari ketiga variabel yang meliputi lingkungan eksternal, lingkungan internal, dan kompetensi manajemen semua variabel signifikan terhadap kualitas strategi. Besarnya koefisien dari variabel lingkungan eksternal sebesar 0,245, yang berarti jika variabel lingkungan eksternal meningkat maka kualitas strategi akan meningkat dan sebaliknya apabila variabel lingkungan eksternal turun maka kualitas strategi akan turun, dengan asumsi variabel lain sama dengan nol atau dalam keadaan konstan. Kemudian besarnya koefisien dari variabel lingkungan internal sebesar 0,190, yang berarti jika variabel lingkungan internal meningkat maka kualitas strategi akan meningkat dan sebaliknya apabila variabel lingkungan internal turun maka kualitas strategi akan turun, dengan asumsi variabel lain sama dengan nol atau dalam keadaan konstan. Dan untuk besarnya koefisien dari variabel kompetensi manajemen sebesar 0,839, yang berarti jika variabel kompetensi manajemen meningkat maka kualitas strategi akan meningkat dan sebaliknya apabila variabel kompetensi manajemen turun maka kualitas strategi akan turun, dengan asumsi variabel lain sama dengan nol atau dalam keadaan konstan.

1) Uji hipotesis 1

Uji hipotesis pertama menggunakan uji t statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi pengaruh dari masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri atau individual (parsial) terhadap variabel dependen, dalam hal ini menguji signifikansi pengaruh variabel lingkungan eksternal terhadap kualitas strategi. Dari hasil perhitungan pada Tabel diperoleh koefisien regresi lingkungan eksternal sebesar 0,2425 (positif) dan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,212 dengan tingkat signifikan (p) sebesar 0,005. Dengan tingkat signifikan t_{hitung} lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel lingkungan eksternal berpengaruh signifikan positif terhadap kualitas strategi. Analisis lingkungan eksternal perusahaan dapat mengetahui ancaman atau suatu kondisi dalam lingkungan umum yang dapat menghambat usaha-usaha perusahaan untuk mencapai daya saing strategis dan peluang merupakan kondisi dalam lingkungan umum yang dapat membantu perusahaan mencapai daya saing strategis. Kemudian dengan analisis lingkungan internal perusahaan dapat mengetahui keunggulan strategik yang dimiliki akan kekuatan atau keunggulan dan kelemahan-kelemahan sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang atau kesempatan dan menghadapi ancaman yang ada dalam lingkungan perusahaan (Wang et al., 2022). Selain faktor lingkungan, kompetensi manajemen juga memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempengaruhi kualitas strategi perusahaan (Haudi et al., 2022).

2) Uji hipotesis 2

Uji hipotesis kedua menggunakan uji t statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi pengaruh dari masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri atau individual (parsial) terhadap variabel dependen, dalam hal ini menguji signifikansi pengaruh variabel lingkungan internal terhadap kualitas strategi. Dari hasil perhitungan pada Tabel diperoleh koefisien regresi lingkungan internal sebesar 0,190 (positif) dan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,115 dengan tingkat signifikan (p) sebesar 0,033. Dengan tingkat signifikan t_{hitung} lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel lingkungan internal berpengaruh signifikan positif terhadap kualitas strategi.

3) Uji hipotesis 3

Uji hipotesis ketiga menggunakan uji t statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi pengaruh dari masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri atau individual (parsial) terhadap variabel dependen, dalam hal ini menguji signifikansi pengaruh variabel kompetensi manajemen terhadap kualitas strategi. Dari hasil perhitungan pada Tabel diperoleh koefisien regresi lingkungan eksternal sebesar 0,839 (positif) dan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,537 dengan tingkat signifikan (p) sebesar 0,004. Dengan tingkat signifikan t_{hitung} lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kompetensi manajemen berpengaruh signifikan positif terhadap kualitas strategi. Semakin tinggi kompetensi manajemen, semakin tinggi kualitas strategi

yang dihasilkan (Punyatoya, 2014). Dengan demikian, dari hasil penelitian ini dari pengaruh lingkungan eksternal, lingkungan internal, kompetensi manajemen terhadap kinerja perusahaan, maka dapat dinyatakan bahwa tingginya kemampuan mengembangkan pilihan-pilihan stratejik dan kemampuan mengakses peluang serta mengadaptasi ancaman lingkungan akan meningkatkan derajat keandalan strategi yang dikembangkan dan hal ini mengindikasikan baiknya kualitas strategi yang dihasilkan (Chekima et al., 2015).

Koefisien determinasi (R^2)

Ditemukan pula koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,548 yang berarti bahwa sekitar 54,8% variasi pada variabel kualitas strategi mampu diterangkan oleh variabel lingkungan eksternal, lingkungan internal, dan kompetensi manajemen. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 45,2% diterangkan oleh variasi lain di luar model penelitian.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Semakin tinggi intensitas analisis lingkungan eksternal, lingkungan internal dan kompetensi manajemen semakin tinggi kualitas strategi yang dihasilkan. Adapun saran yang dapat bermanfaat bagi pemakai dan institusi yang menyediakannya. Perlunya peningkatan kualitas strategi perusahaan. Disamping peningkatan kualitas strategi ini, maka dalam mendukung kompetensi perusahaan maka sangat penting dilakukan analisis lingkungan eksternal, lingkungan internal, kompetensi manajemen dalam menghadapi berbagai ancaman yang akan merugikan perusahaan. Karena dengan melakukan analisis ini perusahaan akan dapat mengantisipasi dan mengelolanya dengan baik, sehingga perusahaan terhindar dari kebangkrutan. Penelitian selanjutnya untuk melakukan pengujian secara tidak langsung pengaruh antara lingkungan eksternal, lingkungan internal, kompetensi manajemen terhadap kualitas strategi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bouaamri, A., Otiye, F., & Hajdu Barát, A. (2024). A review of the effectiveness of Collaborations and Partnerships in sustaining a Digital Literacy. *Serials Librarian*, 85(7-8), 232-246. <https://doi.org/10.1080/0361526X.2024.2391737>
- Bougie, U. S. and R. (2016). *Research Methods for Business*. Wiley.
- Chekima, B., Khalid Wafa, S. A. W. S., Igau, O. A., & Chekima, S. (2015). Determinant factors of consumers' green purchase intention: The moderating role of environmental advertising. *Asian Social Science*, 11(10), 318-329. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n10p318>
- Ciampi, F., Demi, S., Magrini, A., Marzi, G., & Papa, A. (2021). Exploring the impact of big data analytics capabilities on business model innovation: The mediating role of entrepreneurial orientation. *Journal of Business Research*, 123(October 2020), 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.023>

- Covin, J. G., Rigtering, J. P. C., Hughes, M., Kraus, S., Cheng, C. F., & Bouncken, R. B. (2020). Individual and team entrepreneurial orientation: Scale development and configurations for success. *Journal of Business Research*, 112(February), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.023>
- Dachlan, U. (2014). *Panduan Lengkap Structural Equation Modeling* (1st ed.). Lentera Ilmu.
- Donbesuur, F., Boso, N., & Hultman, M. (2020). The effect of entrepreneurial orientation on new venture performance: Contingency roles of entrepreneurial actions. *Journal of Business Research*, 118(November 2019), 150–161. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.042>
- Gölgeci, I., Larimo, J., & Arslan, A. (2017). Institutions and dynamic capabilities: Theoretical insights and research agenda for strategic entrepreneurship. *Scandinavian Journal of Management*, 33(4), 243–252. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2017.08.003>
- Hasan, M., Tiara Hutamy, E., Supatminingsih, T., Ahmad, M. I. S., Aeni, N., & Dzhelilov, A. A. (2024). The role of entrepreneurship education in the entrepreneurial readiness of generation Z students: why do digital business literacy and financial literacy matter? *Cogent Education*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2024.2371178>
- Haudi, Handayani, W., Musnaini, Suyoto, Y. T., Prasetyo, T., Pital-Oka, E., Wijoyo, H., Yonata, H., Koho, I. R., & Cahyono, Y. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 961–972. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.1.015>
- Kohtamäki, M., Heimonen, J., Sjödin, D., & Heikkilä, V. (2020). Strategic agility in innovation: Unpacking the interaction between entrepreneurial orientation and absorptive capacity by using practice theory. *Journal of Business Research*, 118(October 2019), 12–25. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.029>
- Li, J., & Li, Z. (2025). Mechanisms of corporate digital transformation on asymmetric capital structure adjustment—the mediating role of information asymmetry and financial stability. *Heliyon*, 11(3), e41745. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e41745>
- Matarazzo, M., Penco, L., Profumo, G., & Quaglia, R. (2021). Digital transformation and customer value creation in Made in Italy SMEs: A dynamic capabilities perspective. *Journal of Business Research*, 123(February 2020), 642–656. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.033>
- Punyatoya, P. (2014). Linking Environmental Awareness and Perceived Brand Eco-friendliness to Brand Trust and Purchase Intention. *Global Business Review*, 15(2), 279–289. <https://doi.org/10.1177/0972150914523572>
- Qadri, Z. M. El. (2016). *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi* (2nd ed.). Graha Ilmu.
- Resmi, S., Pahlevi, Reza. Widhar., & Sayekti, Frans. (2020). *The Growth Of Creative Micro , Small , And Medium Enterprises (Msmes) Business In Special Region Of Yogyakarta Before And After Covid-19 Pandemic*. 24(4), 1–8.
- Sahaym, A., (Avi) Datta, A., & Brooks, S. (2021). Crowdfunding success through social media: Going beyond entrepreneurial orientation in the context of small and medium-sized enterprises. *Journal of Business Research*, 125(November 2018), 483–494. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.026>

- Santos, G., Marques, C. S., & Ferreira, J. J. M. (2020). Passion and perseverance as two new dimensions of an Individual Entrepreneurial Orientation scale. *Journal of Business Research*, 112(March), 190–199. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.016>
- Suyanto, B., Sugihartati, R., Egalita, N., Mas'udah, S., Singgih, D. S., & Sudarso. (2023). Digital literacy and survival mechanism of micro-small enterprises in practicing sharing economy. *Cogent Social Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2245691>
- Vásquez, J., Aguirre, S., Puertas, E., Bruno, G., Priarone, P. C., & Settineri, L. (2021). A sustainability maturity model for micro, small and medium-sized enterprises (MSMEs) based on a data analytics evaluation approach. *Journal of Cleaner Production*, 311(May). <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127692>
- Wang, Y. M., Zaman, H. M. F., & Alvi, A. K. (2022). Linkage of Green Brand Positioning and Green Customer Value With Green Purchase Intention: The Mediating and Moderating Role of Attitude Toward Green Brand and Green Trust. *SAGE Open*, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221102441>
- Widarjono, A. (2019). *Analisis Multivariat Terapan Dengan Program SPSS, AMOS dan SMARTPLS* (2nd ed.). UPP STIM YKPN.
- Zhao, E. Y., Ishihara, M., & Jennings, P. D. (2020). Strategic entrepreneurship's dynamic tensions: Converging (diverging) effects of experience and networks on market entry timing and entrant performance. *Journal of Business Venturing*, 35(2), 1–23. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.04.001>