

Membangun Strategi Bersaing Perusahaan Jasa Konsultan Perencana (Studi Kasus pada Konsultan Perencana PT. GnG di Semarang Provinsi Jawa Tengah)

Andi Sutami*, Paulus Wardoyo, Yuli Budiati

Universitas Semarang, Indonesia

Email: andisutami75@gmail.com*, paulus_w@usm.ac.id, yulibudiati@usm.ac.id

Keywords:

Competitive Strategy; RBV;
Specialization; Industry 4.0,
QSPM

Abstract

The planning consulting services sector is currently facing complex dynamics due to the Industrial Revolution 4.0 era and government budget efficiency policies, such as instructions to save state budget/APBD expenditures. This phenomenon triggers very tight price competition or "glossor pricing," which risks lowering the quality of planning and threatening business sustainability. This research aims to provide new insights into how to analyze problems and formulate competitive strategies for planning consultants in response to the Industrial Revolution 4.0 and government efficiency policies. PT. GnG, as one of the senior consultants in Semarang, requires the formulation of an adaptive competitive strategy to maintain a competitive advantage amid regulatory pressures and technological disruption. This study uses a qualitative case study method with a phenomenological approach and a Resource-Based View (RBV). Data were collected through in-depth interviews using source triangulation techniques involving board members, experts, and association leaders (INKINDO). Strategic analysis was carried out systematically through the evaluation of internal and external factors (IFE and EFE matrices), the IE matrix, the SPACE matrix, and the decision-making stage using the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The results show that PT. GnG is positioned in cell V of the IE matrix (Hold and Maintain) and the aggressive quadrant of the SPACE matrix. Based on QSPM analysis, the selected priority strategy is the Specialist Service Differentiation Strategy with the strengthening of digital technology (BIM, GIS, LiDAR) and increasing human resource capacity (score 3.55). These findings recommend that companies transform from a generalist to a specialist business model to create intellectual added value that is difficult for competitors to replicate and to mitigate the impact of low-price competition.

Kata Kunci:

Strategi Bersaing; RBV;
Spesialisasi; Industri 4.0; QSPM

Abstrak

Sektor jasa konsultan perencana saat ini menghadapi dinamika kompleks akibat era Revolusi Industri 4.0 dan kebijakan efisiensi anggaran pemerintah, seperti instruksi penghematan belanja APBN/APBD. Fenomena ini memicu persaingan harga yang sangat ketat atau "harga glosor," yang berisiko menurunkan kualitas perencanaan dan mengancam keberlanjutan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mengenai cara baru dalam menganalisis masalah dan membangun strategi bersaing bagi konsultan perencana di tengah era revolusi industri 4.0 dan kebijakan efisiensi pemerintah. PT. GnG, sebagai salah satu konsultan senior di Semarang, memerlukan perumusan strategi bersaing yang adaptif guna mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah tekanan regulasi dan disrupsi teknologi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan pendekatan fenomenologi dan pandangan berbasis sumber daya atau Resource-Based View (RBV). Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam menggunakan

teknik triangulasi sumber yang melibatkan pihak direksi, tenaga ahli, dan pimpinan asosiasi (INKINDO). Analisis strategis dilakukan secara sistematis melalui tahapan evaluasi faktor internal dan eksternal (matriks IFE dan EFE), matriks IE, matriks SPACE, hingga tahap pengambilan keputusan menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. GnG berada pada posisi matriks IE sel V (Hold and Maintain) dan kuadran agresif pada matriks SPACE. Berdasarkan analisis QSPM, strategi prioritas yang terpilih adalah Strategi Diferensiasi Layanan Spesialis dengan penguatan teknologi digital (BIM, GIS, LiDAR) serta peningkatan kapasitas SDM (skor 3,55). Temuan ini merekomendasikan perusahaan untuk bertransformasi dari model bisnis generalist menjadi specialist guna menciptakan nilai tambah intelektual yang sulit ditiru kompetitor dan memitigasi dampak persaingan harga rendah.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Sektor jasa konstruksi memiliki posisi strategis dalam mendukung pembangunan nasional dan menggerakkan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja serta sektor logistik. Pada tahun 2023, sektor konstruksi memberikan kontribusi sebesar **9,92% terhadap Produk Domestik Buto (PDB) Indonesia**, menjadikannya sektor terbesar ke-5. Namun, industri ini menghadapi tantangan besar akibat perubahan regulasi yang cepat, seperti UU Cipta Kerja dan peraturan turunannya terkait perizinan berbasis risiko.

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi membawa dinamika baru dalam lingkungan bisnis sektor jasa konstruksi. Era disrupsi menuntut perubahan radikal dalam alur bisnis yang meliputi waktu dan biaya. Kegagalan bersaing sering kali disebabkan oleh ketertinggalan dalam kemajuan teknologi. Bagi konsultan perencana, adaptasi teknologi bukan lagi pilihan melainkan keharusan untuk memberikan solusi yang relevan bagi pengguna jasa (Wardhana, 2024).

Tantangan semakin berat dengan adanya kebijakan efisiensi anggaran pemerintah melalui **Inpres No. 1 Tahun 2025** yang berdampak pada pengurangan anggaran Kementerian Pekerjaan Umum hingga 80%. Hal ini memicu pembatalan sejumlah proyek infrastruktur dan menciptakan persaingan ekstrem atau "harga glosor" di mana proyek sering kali didapatkan berdasarkan penawar harga terendah. PT. GnG, sebagai perusahaan yang telah berdiri sejak 1981, perlu merumuskan strategi baru untuk mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah tekanan regulasi dan efisiensi ini.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji strategi bersaing pada sektor jasa konstruksi dan konsultan perencana. Roza et al., (2024) dalam kajian literturnya mengidentifikasi empat strategi kompetitif utama bagi perusahaan konsultan perencana, yaitu kepemimpinan biaya, fokus, diferensiasi, dan pertumbuhan, serta menekankan pentingnya menghubungkan strategi yang dipilih dengan kinerja perusahaan. (Risky Miswan Trisnandar, 2020) merumuskan strategi manajemen risiko pada bisnis konsultan perencana yang berfokus pada peningkatan SDM, penguasaan teknologi informasi, dan sistem manajemen mutu. (Pradianti & Akbar, 2024) menganalisis keunggulan bersaing menggunakan RBV pada industri jasa lingkungan, menemukan bahwa keahlian teknis spesifik dan hubungan dengan pemerintah menjadi sumber keunggulan kompetitif. (Elena & Hermawan, 2025) menggunakan pendekatan TOWS-AHP pada PT. Geo Persada Konsultan dan menyimpulkan strategi utama berupa peningkatan kehadiran digital. Sementara itu, (Prawirakusumah & Marianti, 2022) pada CV.

Indobuild Wahana Karya menemukan posisi matriks IE sel V (Hold and Maintain) dengan strategi penetrasi pasar berdasarkan QSPM.

Gap penelitian yang teridentifikasi dari studi-studi terdahulu adalah: pertama, sebagian besar penelitian masih berfokus pada perusahaan kontraktor atau konsultan secara umum, belum secara spesifik meneliti konsultan perencana yang menghadapi tekanan simultan dari era Industri 4.0 dan kebijakan efisiensi anggaran pemerintah (Inpres No. 1 Tahun 2025). Kedua, penelitian yang mengintegrasikan kerangka RBV dengan alat analisis QSPM secara penuh (dari IFE, EFE, IE, SPACE, hingga QSPM) pada sektor konsultan perencana masih sangat terbatas. Ketiga, fenomena "harga glosor" dan transformasi dari generalis ke spesialis berbasis teknologi digital (BIM, GIS, LiDAR) sebagai respons terhadap efisiensi anggaran belum banyak dijadikan objek kajian. Novelty (kebaruan) penelitian ini terletak pada: (1) objek kajian yang spesifik pada PT. GnG, konsultan perencana senior di Semarang yang telah berdiri sejak 1981, sehingga memberikan perspektif historis dan kontekstual yang unik; (2) penggunaan kombinasi lengkap alat analisis strategis (IFE, EFE, IE, SPACE, QSPM) yang dipadukan dengan pendekatan fenomenologi kualitatif, bukan hanya kuantitatif; (3) rekomendasi strategi diferensiasi layanan spesialis berbasis teknologi digital sebagai terobosan baru untuk keluar dari perang harga, yang belum pernah dirumuskan secara eksplisit dalam studi konsultan perencana sebelumnya.

Penelitian ini berangkat dari tiga rumusan masalah utama: (1) apa keunggulan dan kelemahan konsultan perencana dalam menghadapi persaingan di era Industri 4.0 dan efisiensi anggaran; (2) bagaimana membangun strategi bersaing yang efektif dalam industri jasa konsultan perencana; dan (3) apa komponen utama dalam strategi bersaing jasa konsultan perencana saat ini. Tujuan penelitian ini adalah memberikan wawasan mengenai cara baru menganalisis masalah dan membangun strategi bersaing pada era revolusi industri 4.0 serta kebijakan efisiensi pemerintah bagi konsultan perencana. Landasan teori utama yang digunakan adalah Resource-Based View (RBV), yang menyatakan bahwa sumber daya dan kemampuan perusahaan khususnya yang memiliki karakteristik VRIN (Valuable, Rare, Inimitable, Non-substitutable) merupakan kunci keunggulan kompetitif, di mana aset tak berwujud seperti modal intelektual sering kali lebih menentukan dibandingkan aset fisik. Selain itu, penelitian ini mengacu pada strategi generik Michael Porter, yaitu kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan fokus, dengan penekanan bahwa strategi diferensiasi pada jasa konsultan dapat diwujudkan melalui keakuratan, ketepatan waktu, dan penggunaan teknologi unik.

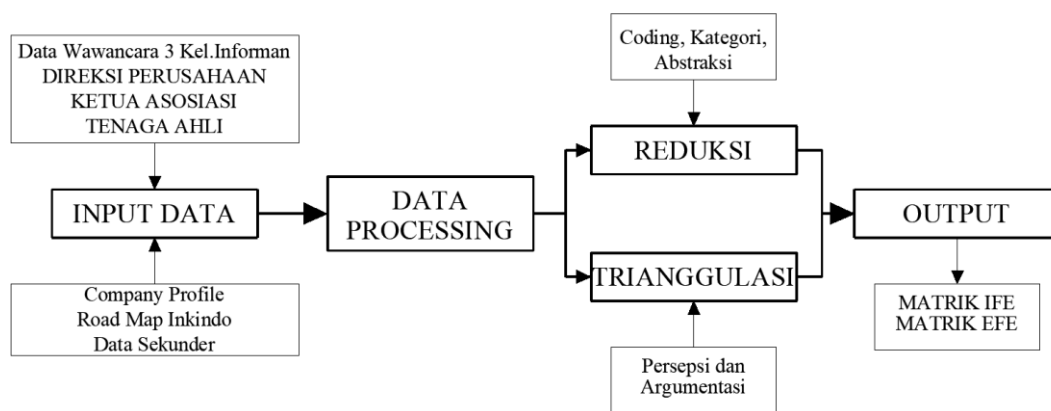
Untuk menganalisis strategi, digunakan seperangkat alat analisis strategis meliputi matriks IFE dan EFE (evaluasi faktor internal dan eksternal), matriks IE (pemetaan posisi perusahaan), matriks SPACE (penentuan posisi strategis agresif, konservatif, defensif, atau kompetitif), serta QSPM (pengambilan keputusan strategis terbaik). Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua: secara teoretis, penelitian ini memperkaya penerapan teori RBV dan strategi Porter pada sektor jasa konsultan perencana di era disrupsi digital dan kebijakan efisiensi anggaran; secara praktis, penelitian ini memberikan panduan konkret bagi konsultan perencana, khususnya PT. GnG, dalam merumuskan strategi bersaing yang adaptif, menghindari perang harga, serta meningkatkan resiliensi bisnis melalui transformasi menuju spesialisasi berbasis teknologi digital (BIM, GIS, LiDAR) dan penguatan kapasitas sumber daya manusia.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian Penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan studi kasus. Tujuannya adalah mendeskripsikan fenomena strategi bersaing melalui interpretasi mendalam terhadap gejala yang muncul dari objek penelitian.

Informan dan Sumber Data Informan dipilih menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* yang terdiri dari pihak internal (Direktur, Komisaris, Tenaga Ahli) dan pihak eksternal (Ketua INKINDO Jawa Tengah, Direktur perusahaan pesaing). Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan observasi, sedangkan data sekunder melalui dokumentasi dan studi literatur.

Teknik Analisis Data Analisis data mengikuti model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data (*data display*), serta penarikan dan verifikasi kesimpulan.



Gambar 1. Bagan Alir Validasi menggunakan Trianggulasi
Sumber: Peneliti

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Lingkungan Internal (IFE) Berdasarkan identifikasi kekuatan dan kelemahan PT. GnG, diperoleh skor Matriks IFE sebesar 2,75.

- Kekuatan Utama: Penguasaan teknologi digital (skor 0,50) dan reputasi perusahaan yang telah dibangun selama lebih dari 4 dekade (skor 0,45). PT. GnG memiliki peralatan mandiri seperti LiDAR dan GNSS yang mendukung efisiensi kerja.
- Kelemahan Utama: Hambatan komunikasi internal atau "Silo Mentality" (skor 0,10) dan kesenjangan literasi digital antar generasi (skor 0,23). Terdapat tantangan dalam menyinkronkan cara kerja senior yang kaya pengalaman dengan tenaga muda yang mahir digital.

Analisis Lingkungan Eksternal (EFE) Skor Matriks EFE menunjukkan angka 2,78, mengindikasikan respons perusahaan yang cukup baik terhadap faktor eksternal.

- Peluang: Regulasi digitalisasi pemerintah (PP 16/2021) dan adanya kontrak payung (*framework agreement*) jangka panjang hingga 2029 (skor 0,46). Pertumbuhan kebutuhan data spasial digital menjadi "mata uang" baru dalam jasa perencanaan.

- Ancaman: Kebijakan efisiensi anggaran pemerintah yang mengurangi volume proyek dan fenomena persaingan harga "glosor" (skor 0,11). Laju perubahan teknologi yang sangat cepat menuntut investasi berkelanjutan yang mahal.

Posisi Perusahaan (Matriks IE dan SPACE)

- Matriks IE: Dengan skor IFE 2,75 dan EFE 2,78, PT. GnG berada pada Sel V (*Hold and Maintain*). Strategi umum pada posisi ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk/layanan.
- Matriks SPACE: Vektor arah berada pada koordinat $X=+3,0$ dan $Y=+1,0$, yang menempatkan perusahaan pada Kuadran Agresif. Ini menunjukkan perusahaan memiliki kekuatan finansial dan industri yang cukup untuk memanfaatkan peluang eksternal secara ofensif.

Pengambilan Keputusan Strategis (QSPM) Melalui analisis QSPM, dua alternatif strategi dievaluasi:

1. **Strategi Diferensiasi Layanan Spesialis (Skor TAS: 5,34).**
2. **Strategi Penetrasi Pasar Konvensional (Skor TAS: 4,70).**

Strategi yang terpilih adalah Diferensiasi Layanan Spesialis. Strategi ini menekankan pada transformasi PT. GnG dari konsultan umum (*generalist*) menjadi spesialis berbasis teknologi (BIM, GIS, LiDAR) yang menawarkan nilai tambah intelektual tinggi. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menghindari "perang harga" karena solusi teknis yang ditawarkan bersifat unik dan sulit diduplikasi oleh pesaing dengan standar konvensional.

Diskusi Hasil: Pergeseran Paradigma Daya Saing Hasil penelitian menunjukkan adanya pergeseran determinan daya saing dari aset fisik ke kemampuan intelektual digital. Di era Industri 4.0, daya tawar konsultan tidak lagi ditentukan oleh skala kantor, melainkan oleh aset tidak berwujud (*intangible assets*) berupa penguasaan teknologi dan kepatuhan regulasi. Strategi *Cost Leadership* tidak lagi relevan bagi jasa profesional karena berisiko menurunkan kualitas perencanaan dan merusak margin bisnis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Fenomena Tiga Gelombang yaitu digitalisasi, regulasi, dan efisiensi anggaran merupakan faktor penentu utama strategi bersaing bagi konsultan perencana saat ini. PT. GnG sebagai objek penelitian memiliki posisi internal yang cukup kuat dengan skor IFE 2,75 serta responsif terhadap lingkungan eksternal dengan skor EFE 2,78, sehingga berada pada posisi stabil menuju agresif (matriks IE sel V dan kuadran agresif pada matriks SPACE). Strategi Diferensiasi Layanan Spesialis yang dipilih melalui analisis QSPM (skor 3,55) merupakan jalur terbaik untuk menjamin resiliensi bisnis, karena memungkinkan perusahaan beralih dari persaingan harga rendah menuju kompetisi berbasis nilai (*value-based competition*) melalui penguatan teknologi digital (BIM, GIS, LiDAR) dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia.

Saran bagi PT. GnG, segera implementasikan transformasi menuju spesialisasi berbasis teknologi digital secara bertahap, tingkatkan pelatihan literasi digital lintas generasi untuk mengatasi *silo mentality*, serta bangun kemitraan strategis dengan asosiasi (INKINDO) untuk advokasi kebijakan efisiensi anggaran. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menguji efektivitas strategi diferensiasi ini dengan pendekatan kuantitatif atau studi longitudinal pada konsultan perencana di wilayah lain.

REFERENSI

- Wardhana, A. (2024). Business Strategy & Policy In The Digital Era–Edisi Indonesia. *Strategi Dan Kebijakan Bisnis Di Era Digital, 1*.
- Afifudin dan Beni Ahmad Saebani. (2009). Metodologi Penelitian Kualitatif. Pustaka Setia.
- Almarri, K., & Gardiner, P. (2014). Application of Resource-based View to Project Management Research: Supporters and Opponents. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 119, 437–445. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.03.049>
- Andi Suci Patiwi Hasan, B. S. N. (2024). Pengaruh Pengadaan Barang dan Jasa Serta Penyerapan Anggaran Terhadap Kinerja Keuangan PT PLN (Persero) Kabupaten Pinrang. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024 Page 2811-2825*. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Andreas Prasetia. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSAINGAN DAN PERTUMBUHAN PASAR: BUDAYA, SOSIAL, PERSONAL (SUATU LITERATURE REVIEW). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- A.Pearce, J. I. , & R. B. R. J. (2014). Manajemen strategi. Salemba Empat.
- Barney, J. B. & C. D. N. (2007). Resource-Based Theory Creating and Sustaining Competitive Advantage. New York: Oxford University Press Inc.
- Dr. Abdul Fattah Nasution MPd. (2023). Metode Penelitian Kualitatif (1 ed., Vol. 1). Harfa Creative.
- Edi Mulyana. (2022). Peluang dan Tantangan Penyelenggara Jasa Konstruksi.
- Engkos Ahmad kuncoro. (2010). ANALISIS PERUMUSAN STRATEGI BISNIS PADA PT SAMUDERA NUSANTARA LOGISTINDO.
- Ervina Maulida dkk. (2020). Manajemen Strategik (Harini Fajar Ningrum, Ed.).
- Felicia Jesslyn Tanny dan Rr.Rooswanti Putri A.A., S. Kom. ,M. M. (2017). Sumber Daya Organisasi dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan di Perdana Elektronik.
- Ferdika Adhi Pradana, R. W. P. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ‘DIKABAN KALASAN’ DENGAN PENDEKATAN MATRIKS SPACE (PENDEKATAN STUDI KASUS).
- Freddy Rangkuti. (2006). Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia.
- Hintoro, S., & Wijaya, A. F. (2021). ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA BIZNET BRANCH SALATIGA MENGGUNAKAN PORTER’S FIVE FORCES. 2(6). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6>
- Juaini, M., & Rapii, M. (2017). STRATEGI MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA DALAM MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING PADA ERA GLOBALISASI. 12, 30–40. <https://doi.org/10.29408/edc.v12i1.1318>
- Konstruksi Media. (2025, Mei 25). Rakernas INKINDO 2023, WujudkanDaya Saing Konsultan Profesional. May 25, 2023.
- Lubis, N. W. (2023). RESOURCE BASED VIEW (RBV) DALAM MENINGKATKAN KAPASITAS STRATEGIS PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 6(1), 14–26. <https://doi.org/10.46880/mtx.Vol6No1.pp14-26>
- MediaBUMN. (2025, Februari 25). Daftar Proyek Infrastruktur yangDibatalkan Karena Efisiensi Anggaran 2025.
- Miles, M. (2013). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (Vol. 28).
- Milka Ongkowijaya. (2019). ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA PT MAKMUR BERSAMA PROPERTI (Vol. 7, Nomor 2).
- Mudrajad, Kuncoro. (2005). Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Erlangga. Jakarta.
- Muhammad Ali. (1993). Strategi Penelitian (Vol. 1). Angkasa Bandung.

- Mukhtarudin, M., Isya, M., & Hasan, M. (2022). FAKTOR-FAKTOR HAMBATAN DALAM PELAKSANAAN PROYEK KONSTRUKSI JALAN DI PROVINSI ACEH. *Jurnal Arsip Rekayasa Sipil dan Perencanaan*, 5(4), 308–317. <https://doi.org/10.24815/jarsp.v5i4.27034>
- Mulyana, E. (2022). Peluang dan Tantangan Penyelenggaraan Jasa Konstruksi. *Journal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 1, 21–34. <https://doi.org/10.36418/locus.v1i1.5>
- Nugraheni, S. R. W., Widyastutik, Syarifah Amalia, Iskandar Panjaitan, Ika Yulisyawati, & Florika Malau. (2021). Strategy to Improve the Competitiveness of Indonesian Construction Services Sector. *JURNAL EKONOMI DAN KEBIJAKAN PEMBANGUNAN*, 10(2), 176–200. <https://doi.org/10.29244/jekp.10.2.2021.176-200>
- Nuryadi. (2021). Manajemen Strategik: Pemikiran Michael Porter dan Implikasinya bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif. https://en.wikipedia.org/wiki/Michael_Porter,
- Pandoyo. (2021). Strategi Perusahaan Bidang Konstruksi Dalam Menghadapi Resesi. *Jurnal ekonomi, Manajemen, bisnis dan Sosial*, 1–9.
- Prawirakusumah, N. S., & Marianti, M. M. (2022). USULAN STRATEGI BERSAING PERUSAHAAN KONTRAKTOR GOLONGAN KECIL (Vol. 17, Nomor 2).
- Pringga Satria Panji, L. E. H. (2020). PERUBAHAN BIDANG JASA KONSTRUKSI DI ERA DISRUPSI DALAM TATARAN KONSEP EPC 4.0. *e-Journal CENTECH 2020 Vol. 1 No. 2 Oktober 2020: hlm 75-83. ISSN 2722-0230 (Online)*. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2456085&val=23419&title=PERUBAHAN%20BIDANG%20JASA%20KONSTRUKSI%20DI%20ERA%20DISRUPSI%20DALAM%20TATARAN%20KONSEP%20EPC%2040>
- Putra Sitanggang, A., Hatoguan Manurung, E., & Purwanto, D. (2023). History of Construction Law. *Journal of Educational Analytics (JEDA)*, 2(3), 401–410. <https://doi.org/10.55927/jeda.v2i3.5477>
- Rahadian, D. (2017). Penerapan Konsep Resources-Based View (Rbv) Dalam Upaya PENERAPAN KONSEP RESOURCES-BASED VIEW (RBV) DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN KEUNGGULAN BERSAING PERUSAHAAN (Vol. 14).
- Rianto, S., & Wijaya, L. I. (2022). Praktik Manajemen Strategis Pada Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Pt X Pelaksana Konstruksi Swasta. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.481>
- Ricky Miswan Trisnandar, Ir. S. M. E. P. S. M. (2020). MANAJEMEN STRATEGI KONSULTAN PERENCANA DI BIDANG SDM DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (Studi Kasus Konsultan Kelas Menengah Di Wilayah Surakarta dan sekitarnya).
- Roza, F., Peli, M., & Ariani, V. (2024). MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF PERUSAHAAN PERENCANA DI PASAR GLOBAL: Sebuah Kajian Literature. *Sigma Teknika*, 7(1), 211–221.
- S. dan J. F.Hendra Jonathan Sibarani. (2019). The Influence of Service Quality, Marketing Strategy and Consumer Trust on Construction Service User Decisions at PT Karya Harmoni Oasis. . . *Mantik*, 3(3), 10–19.
- Sanjaya, V. F., Shelawati, D., & Ghati, L. (2020). IFE EFE DAN GRAND STRATEGY INDSUTRI KULINER. Dalam *Jurnal Manajemen Bisnis Islam* (Vol. 1, Nomor 2). <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/RJMBI>
- Trio Febriyanto, M. (2020). SUSTAINABLE ENTREPRENEURIAL ORIENTATION DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA BISNIS: STUDI PADA UMKM DI KOTA BATAM (Vol. 15, Nomor 2).
- Vania Stella Elena, P. H. (2025). Penentuan Keputusan Strategis di PT. Geo Persada Konsultan melalui Pendekatan TOWS-AHP dalam Rangka Pengembangan Pertumbuhan yang Kompetitif. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 8(2), 265–283.