

MODEL IBFS: **MENYELARASKAN STRATEGI, TEKNOLOGI, DAN NILAI** **UNTUK KEBERLANJUTAN**

Belajar dari Fenomenologi Keberhasilan Penyelarasan Strategis di Industri Tekstil Hijau Indonesia



Wijaya Ng

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan Karya Ilmiah ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. 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 Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. 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 Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

MODEL IBFS : MENYELARASKAN STRATEGI, TEKNOLOGI, DAN NILAI UNTUK KEBERLANJUTAN

Belajar dari Fenomena Keberhasilan Penyelarasan Strategi di Industri
Tekstil Hijau Indonesia

Penulis

Wijaya Ng



MODEL IBFS : MENYELARASKAN STRATEGI, TEKNOLOGI, DAN NILAI UNTUK KEBERLANJUTAN

Belajar dari Fenomenologi Keberhasilan Penyelarasan Strategis di
Industri Tekstil Hijau Indonesia

Penulis :

Wijaya Ng

Editor :

Husnul Hafidhoh

Desain Cover :

Nur Muhamad Safii

ISBN :

978-634-7542-07-6

Editor:

Husnul Hafidhoh

Penata Letak:

Husnul Hafidhoh

Pracetak dan Produksi:

Tim Penerbit

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2025

by Penerbit Greenbook Publising Indonesia

All Right Reserved

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

Greenbook Publishing Indonesia

Jl. Sultan Ageng Tirtayasa No.12, Kedungjaya, Kec. Kedawung,
Kabupaten Cirebon, Jawa Barat 45611

KATA PENGANTAR

Dengan Menyebut Nama Tuhan Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan buku yang berjudul "**Model IBFS: Menyelaraskan Strategi, Teknologi, dan Nilai untuk Keberlanjutan**" ini.

Buku ini lahir dari sebuah keprihatinan mendalam. Selama lebih dari tiga puluh tahun berkarier di berbagai perusahaan nasional, penulis menyaksikan sebuah paradoks yang terus berulang: betapa banyak organisasi yang memiliki strategi canggih dan teknologi mutakhir, namun gagal dalam implementasinya. Investasi miliaran rupiah dalam sistem ERP, program transformasi *digital*, dan inisiatif keberlanjutan seringkali berakhir sebagai proyek yang tidak berjalan, tidak berkelanjutan dan gagal menghasilkan nilai yang diharapkan.

Berdasarkan pengamatan empiris dan studi mendalam, akar permasalahannya ternyata terletak pada suatu kesenjangan fundamental: **ketidakselarasan antara "jiwa" dan "raga" organisasi**. Kita telah terlalu lama memisahkan diskusi tentang strategi dan teknologi dari pembicaraan tentang karakter, nilai, dan budaya organisasi. Kita menganggap yang pertama sebagai domain "keras/Teknis" (*hard skills*) yang

rasional dan terukur, sementara yang kedua sebagai domain "lunak/Interpersonal" (*soft skills*) yang abstrak dan sukar diukur. Padahal, dalam praktiknya, keduanya adalah dua sisi dari mata uang yang sama.

Buku ini menawarkan sebuah jawaban melalui *Model Integrated Business Foundation Strategy (IBFS)*, sebuah kerangka kerja yang dikembangkan bukan dari ruang hampa teoretis, tetapi dari pergulatan nyata di lapangan, khususnya melalui studi fenomenologis di **PT Labda Anugerah Tekstil**. Model ini merupakan sebuah sintesis dari upaya untuk menjembatani dunia teori dan praktik, nilai Timur dan efisiensi Barat, serta kelestarian lingkungan dan pertumbuhan ekonomi.

Buku ini tidak dimaksudkan sebagai sebuah rumusan final, melainkan sebagai sebuah undangan untuk berdialog dan berkolaborasi. Seperti Model IBFS itu sendiri, buku ini adalah sebuah permulaan, sebuah *starting point/titik tolak* untuk sebuah gerakan yang lebih besar: gerakan untuk membangun bisnis Indonesia yang tidak hanya *profitable/menguntungkan*, tetapi juga *sustainable/berkelanjutan* dan *meaningful/bermanfaat*.

Kepada para pembaca, penulis berharap buku ini dapat menjadi lentera yang menerangi jalan transformasi organisasi Anda. Mari kita bersama-sama mewujudkan paradigma baru dalam bisnis, di mana kesuksesan diukur tidak hanya dari laba

yang dihasilkan, tetapi dari nilai yang ditabur dan warisan yang ditinggalkan untuk generasi mendatang.

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
BAB 1	1
PARADIGMA BARU BISNIS BERKELANJUTAN	1
A. Dunia Bisnis yang Sedang Berubah	2
B. Tantangan Baru bagi Organisasi	4
C. Kegagalan Strategi di Era Modern.....	5
D. Kebutuhan akan Pendekatan Integratif	7
E. Membangun Keseimbangan Baru dengan Model IBFS dan Metodologi Agile D-A-S-I-Q	8
Model IBFS dalam Konteks Kewirausahaan Indonesia	12
Character Strategy Alignment Effect	15
BAB 2.....	20
EVOLUSI PEMIKIRAN STRATEGI DAN KEBERLANJUTAN.....	20
A. Dari Kompetisi ke Kolaborasi.....	21
B. Paradigma Lama Strategic Alignment	23
C. Etika dan Karakter sebagai Fondasi Strategi	26
D. Menyatukan Nilai dan Kapabilitas	29
E. Arah Baru green productivity dan Circular economy	31
BAB 3	35
LAHIRNYA IBFS : MENYATUKAN STRATEGI, TEKNOLOGI, DAN NILAI	35
A. Awal Sebuah Gagasan	36
B. Inspirasi dari Lapangan.....	37
C. Filosofi di Balik IBFS	40
D. Struktur dan Irama IBFS.....	41

Struktur Tiga Lapisan: Hierarki Sinergis yang Dinamis	42
Irama Operasional: Metodologi Agile D-A-S-I-Q	45
Dari Ide Menjadi Gerakan: Transformasi Paradigma Bisnis Indonesia.....	47
BAB 4.....	51
MENERAPKAN IBFS DI DUNIA NYATA.....	51
A. Dari Konsep ke Aksi: Menghidupkan Kerangka IBFS.....	52
1. Prinsip Dasar Implementasi.....	53
B. Langkah-Langkah Membangun Integrasi	58
C. Kolaborasi sebagai Katalis	60
D. Teknologi yang Memperkuat Nilai.....	62
BAB 5.....	66
SINERGI STRATEGI, TEKNOLOGI, DAN NILAI	66
A. Kekuatan di Balik Keseimbangan	67
B. Strategi yang Bernyawa.....	72
C. Teknologi sebagai Penggerak, Bukan Pengganti	76
D. Nilai sebagai Kompas Keberlanjutan	82
BAB 6.....	95
DAMPAK DAN KONTRIBUSI MODEL IBFS DALAM TRANSFORMASI BISNIS BERKELANJUTAN.....	95
A. Dampak Terhadap Kinerja dan Operasional Perusahaan ...	96
B. Penguatan Aspek Sosial dan Pengembangan Manusia	100
C. Kontribusi terhadap Kelestarian Lingkungan.....	104
D. Membangun Ketahanan dan Daya Tahan Bisnis.....	109
E. Kontribusi bagi Pengembangan Ekosistem Bisnis yang Lebih Luas	114
BAB 7.....	120
ARAH MASA DEPAN IBFS	120
A. Menyongsong Era Industri 5.0	121

B.	Tantangan Global dan Peluang Baru	123
C.	Potensi Riset dan Pengembangan IBFS	125
D.	Adaptasi untuk Berbagai Jenis Organisasi	127
E.	Membangun Gerakan Bisnis yang Bernilai	128
PENUTUP		131
Sebuah Harmoni untuk Masa Depan		131
BIODATA PENULIS		135
DAFTAR ISTILAH		138

MODEL IBFS:

MENYELARASKAN STRATEGI, TEKNOLOGI, DAN NILAI UNTUK KEBERLANJUTAN

(Belajar dari Fenomenologi Keberhasilan Penyelarasan
Strategis di Industri Tekstil Hijau Indonesia)

Buku ini membahas pentingnya model IBFS (Integration of Business, Strategy, and Sustainability) yang menghubungkan tiga elemen utama—strategi, teknologi, dan nilai—untuk menciptakan keberlanjutan dalam dunia bisnis modern. Di tengah tantangan lingkungan dan sosial yang semakin kompleks, perusahaan tidak hanya dituntut untuk mencapai keuntungan, tetapi juga harus bertanggung jawab terhadap dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan.

Buku ini diawali dengan pengenalan konsep keberlanjutan dan bagaimana bisnis dapat mengintegrasikan strategi dan teknologi untuk mencapainya. IBFS berfokus pada penggabungan nilai-nilai keberlanjutan ke dalam DNA strategi perusahaan, mulai dari tahap perencanaan hingga implementasi. Penulis membahas pentingnya visi jangka panjang yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada pencapaian tujuan sosial dan ekologis yang lebih luas.

Melalui pendekatan yang berbasis penelitian dan studi kasus, buku ini menggali bagaimana perusahaan-perusahaan global sukses menerapkan teknologi inovatif untuk mendukung tujuan keberlanjutan mereka. Penulis juga menyajikan model IBFS yang membantu perusahaan merancang strategi yang tidak hanya efisien dari segi ekonomi, tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan.

Selain itu, buku ini menawarkan panduan praktis untuk menyelaraskan teknologi dengan nilai-nilai perusahaan dalam konteks keberlanjutan. Ini mencakup strategi implementasi, manajemen perubahan, dan cara untuk mengukur dampak dari upaya keberlanjutan yang dilakukan. Penulis menekankan bahwa keberlanjutan bukanlah sekedar tren atau kewajiban regulasi, tetapi bagian integral dari strategi jangka panjang yang dapat memberikan keuntungan kompetitif.

Di akhir buku, penulis memberikan wawasan tentang masa depan bisnis yang lebih berkelanjutan, dengan memberikan tantangan bagi perusahaan untuk mengadopsi prinsip-prinsip IBFS secara lebih luas dan mendalam. Buku ini sangat relevan bagi pemimpin bisnis, pengambil keputusan, serta akademisi yang tertarik pada topik keberlanjutan dan transformasi digital dalam dunia usaha. Dengan gaya penulisan yang lugas dan mudah dipahami, buku ini menjadi referensi penting bagi mereka yang ingin menciptakan bisnis yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga berdampak positif bagi dunia.

Penerbit
Greenbook Publishing Indonesia
Jl. Sultan Ageng Tirtayasa No.12, Kedungjaya,
Kec. Kedawung, Kabupaten Cirebon,
Jawa Barat 45611
www.greenbook.id



Akan Instagram

[Greenbook.id](https://www.instagram.com/greenbook.id)



Akan TikTok

[sahabatgreenbook.id](https://www.tiktok.com/@sahabatgreenbook.id)

ISBN 978-634-7542-07-6



9

786347

542076