

Tak banyak buku strategi bisnis di Indonesia dikarang oleh seorang praktisi, kebanyakan ditelorkan oleh konsultan dan akademisi. Buku ini menarik karena tersusun dari *deep wisdom* yang dikumpulkan selama bertahun-tahun bergumul dengan persoalan bisnis di lapangan. Hasilnya adalah sebuah buku yang lebih *down to earth* dan aplikatif untuk dieksekusi di lapangan.

Leo Chandra
CEO PT Columbindo Perdana

*Awesome framework - a new comprehensive model to measure
a company's performance.
Follow these guidelines to excel Seko Bansai*

Lestary Luhur
Direktur Sales & Marketing Metro TV

Buku ini memiliki satu tesis mengenai pentingnya menyeimbangkan komunikasi dan eksekusi (CE-Balance) sebagai penentu kesuksesan berkelanjutan (Seko Bansai). Buku ini menyadarkan kepada kita bahwa, tanpa kita sadari banyak *message strategy* yang "menguap" entah ke mana, sehingga ide-ide bisnis yang ada di kepala si *leader* tereduksi ketika sampai ke tahapan eksekusi. Faktor inilah penyebab kegagalan dari banyak perusahaan. Saya sepakat dengan buku ini bahwa persoalan keseimbangan komunikasi dan eksekusi merupakan *bottleneck* kesuksesan organisasi.

Judi Widjaja Leonardi
CEO PT Eka dharm a Tape Industries, Tbk

Human capital selalu merupakan komponen yang penting bagi kesuksesan organisasi. Karena itu model yang diajukan penulis dalam buku ini menekankan perlunya perubahan budaya (*cultural change*) untuk membentuk manusia-manusia yang memiliki kompetensi dan komitmen penuh pada visi dan tujuan organisasi. Saya kira bukan sebuah keberuntungan kalau penulis buku ini menekankan pentingnya *soft aspect* dari organisasi (manusia dan budaya) di samping tentu *hard aspect*-nya (strategi, organisasi, sistem, dan sebagainya).

Stephanie Gunawan
Director PT. People Prime Consultant

Salah satu masalah utama di dalam organisasi bisnis adalah komunikasi antara *leader* dan *follower*-nya di semua tingkatan, yang sering dianggap sepele. Padahal peran komunikasi demikian penting agar visi/misi, strategi, tujuan dan target perusahaan bisa dipahami dengan baik oleh semua staf dan dieksekusi dengan baik di lapangan - sehingga tujuan dan target bisa dicapai. Buku ini menguraikan kekurangan umum di banyak perusahaan tadi dengan menguraikan prinsip-prinsip komunikasi bisnis yang berlandaskan filosofi Cina kuno.

Kemal E. Gani
Pemimpin Umum/ Pemimpin Redaksi Majalah SWA



INVENTA
STIE

No. Reg : 21

ISBN 979-98491-9-5

9 789799 849199 >

Penerbit
MarkPlus&Co
Segitiga Emas Business Park CBD B 01/01
Jl. Prof. Dr. Satrio Kav.6
Jakarta 12940
Telp. +62 21 5790 2338
www.markplusco.com