

**IDENTITAS STRATEGIK
LEMBAGA PENDIDIKAN PERKEBUNAN YOGYAKARTA
UNTUK MEMENANGKAN KOMPETISI PASAR LOKAL**

ABSTRAK

Identitas strategik adalah proses dan pola pikir organisasi dalam menempatkan diri di lingkungan kompetitifnya melalui tindakan-tindakan mandiri dan dipahami secara terpusat, khas, dan teruji waktu untuk mencapai tujuan organisasi. Latar belakang dilakukannya penelitian ini adalah terdapatnya fakta-fakta mengenai perbedaan pencapaian kinerja organisasi oleh induk perusahaan dan anak perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pemahaman identitas strategik Lembaga Pendidikan Perkebunan (LPP) Yogyakarta secara terpusat, khas, dan teruji waktu oleh kantor pusat dan unit-unit usaha dalam upaya memenangkan kompetisi pasar lokal. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi melalui wawancara dan observasi terhadap manajer dan atau direktur pada kantor pusat dan masing-masing unit usaha serta studi dokumen perusahaan. Analisis data menggunakan metode van Kaam (dalam Moustakas, 1994), menghasilkan kesimpulan bahwa identitas strategik LPP adalah kekuatan internal melalui pengembangan sumber daya manusia dan optimalisasi kegiatan unit-unit usaha yang mengandung makna kemampuan organisasi untuk bersaing dalam kompetisi pasar sehingga mampu mencapai target kinerja keuangan dan pada akhirnya berdampak positif pada kelangsungan hidup organisasi.

Kata kunci: identitas strategik, kekuatan internal, kompetisi pasar, kelangsungan hidup organisasi

**STRATEGIC IDENTITY OF LEMBAGA PENDIDIKAN PERKEBUNAN
YOGYAKARTA TO WIN LOCAL MARKET COMPETITION**

ABSTRACT

Strategic identity is organization process and mindset in order to placed themselves in their competitive environment through central, distinctive, and enduring actions to achieve organization objective. This research is based on the facts that there is a differences between corporate and subsidiaries in achieving their organizational performance. This research conducts to find out Lembaga Pendidikan Perkebunan Yogyakarta's strategic identity comprehension in a central, distinctive, and time-tested way to perform in order to win local market competition. This research conducts using qualitative method with phenomenological approach through interviewing and observing manager and or director of head office and business units and also company documentation study. Data analysis using van Kaam method (in Moustakas, 1994) bring us the result that organization strategic identity is organization internal strength through human resource development and business units optimalization. The essence of their strategic identity is organization ability to compete in local market so that they capable to achieve financial performance target and at the end will bring positive impact to longer-term organizational survival.

Keywords: strategic identity, organization internal strength, market competition, longer-term organizational survival