

MANAJEMEN STRATEGI

Joseph Philip Kambey



Tahta Media Group

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 penelitian 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).

MANAJEMEN STRATEGI

Penulis:
Joseph Philip Kambey

Desain Cover:
Tahta Media

Editor:
Tahta Media

Proofreader:
Tahta Media

Ukuran:
v,127,Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-623-147-597-8

Cetakan Pertama:
Oktober 2024

Hak Cipta 2024, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2024 by Tahta Media Group
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

PRAKATA

Puji dan syukur dinaikkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, atas segala berkat dan bimbingan-Nya sehingga laporan penulisan buku referensi ini dapat terselesaikan. Kegiatan penulisan buku ajar ini dimaksudkan untuk melengkapi materi kuliah dalam kegiatan pembelajaran bidang studi manajemen. Sangat disadari bahwa hasil karya ini dapat diselesaikan karena bantuan baik moril atau materiil demi pelaksanaan kegiatan ini. Atas dasar itu melalui kegiatan ini saya menyatakan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung dan tidak langsung.

Dan semoga buku ajar ini dapat memberi manfaat bagi pengembangan ilmu di bidang Manajemen.

Manado, Oktober 2024

Penulis

DAFTAR ISI

Prakata	iv
Daftar Isi	v
Bab I Pengenalan Manajemen Strategi.....	1
Bab II Visi Dan Atau Misi: Klasik Dan Kontemporer Manajemen Strategi	15
Bab III Lingkungan Eksternal Dan Internal Manajemen Strategi	28
Bab IV Tingkatan Strategi Manajemen Strategi.....	41
Bab V Analisis Pemilihan Strategi Manajemen Strategi	54
Bab VI Implementasi Strategi Manajemen Strategi	69
Bab VII Evaluasi Dan Pengendalian Strategi Manajemen Strategi.....	85
Bab VIII Persoalan Global Dalam Manajemen Strategi.....	95
Bab IX Pendekatan Strategis Sebagai Solusi Menghadapi Tantangan Global	106
Bab X Implementasi Strategi, Penataan Staf Dan Pengarahan Manajemen Strategi.....	111
Bab XI Hierarki Manajemen Strategi.....	120
Daftar Pustaka	126
Profil Penulis	127

BAB I

PENGENALAN

MANAJEMEN STRATEGI

A. PENDAHULUAN

1. Deskripsi

Bab ini membicarakan tentang pengertian pengenalan Manajemen Strategi karena tidak dipungkiri keberhasilan suatu organisasi ditunjukkan oleh kemampuannya mengolah strategi telah ditetapkan sebelumnya. Keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan bersama sangat ditentukan oleh kinerja organisasi yang sangat dipengaruhi oleh kinerja organisasi yang sangat dipengaruhi oleh factor eksternal maupun internal organisasi.

Manajemen Strategi dalam suatu organisasi, organisasi pemerintahan maupun swasta mencerminkan penampilan organisasi, bagaimana organisasi dilihat oleh orang yang berada diluarnya. Organisasi mempunyai yang mempunyai sistem Manajemen Strategi akan menunjukkan citra positif pula, demikian pula sebaliknya apabila Manajemen Strategi tidak berjalan dengan baik akan memerikan citra negative bagi organisasi.

2. Manfaat

Dengan memberikan pemahaman umum diharapkan bisa memperkaya pemahaman kita bersama tentang arti pentingnya Pengenalan akan Manajemen Strategi bagi Organisasi atau Perusahaan. Namun, keberhasilannya sangat ditentukan oleh kompetensi segenap sumber daya manusia dalam organisasi. Secara khusus terutama diperlukan keberadaan pemimpin yang memiliki kecerdasan dalam Manajemen

Strategi, yang memahami adanya keberagaman diantara sumber daya manusia yang membantunya.

3. Tujuan Instruksional

Adapun tujuan secara umum adalah mahasiswa diharapkan memahami akan Pengenalan Manajemen Strategi dapat sangat beragam karena bervariasinya sistem organisasi dan perusahaan. Untuk mengatasi masalah tersebut diperlukan pengelolaan suatu sistem Manajemen Strategi oleh perusahaan. Oleh karena itu Manajemen Strategi harus selalu diubah dan diperbaiki secara berkelanjutan, terlebih lagi dalam menghadapi kecendrungan global yang semakin gencar. Pengembangan bisnis global semakin memerlukan sumber daya manusia yang lebih memahami Manajemen Strategi, terutama apabila sumber daya manusia ingin meniti karier internasional.

4. Saran/Petunjuk Belajar

a. Kegiatan Dosen

- 1) Memberikan perkuliahan dengan metode kombinasi ceramah dan diskusi
- 2) Memberikan tugas kepada setiap individu
- 3) Memberikan evaluasi kepada mahasiswa

b. Kegiatan Mahasiswa

- 1) Memperhatikan dan mengkaji penjelasan materi
- 2) Melaksanakan diskusi tanya jawab
- 3) Menyelesaikan tugas
- 4) Mengikuti evaluasi

B. PENYAJIAN

1. Strategi dan Manajemen Strategi

Manajemen strategi memiliki arti penting dalam perkembangan sebuah perusahaan. Tidak hanya sebuah perencanaan atau planning saja, manajemen strategi mencakup bagian-bagian yang lebih dalam dan juga luas. Sebuah perusahaan terdiri dari banyak bagian dengan strukturnya masing-masing. Setiap perusahaan juga memiliki tujuan yang berbeda-beda. Guna mewujudkannya keputusan-keputusan lalu diambil. Keputusan tersebut tentunya menjadi penentu perusahaan menjadi perusahaan yang sukses atau maju.

Manajemen strategi memang berbeda dari perencanaan, namun perencanaan strategis sering diartikan serupa dengan manajemen strategi. Pada awalnya strategic planning atau perencanaan strategi banyak digunakan pada tahun 1950 an dan berkembang pada tahun 1970 an. Perencanaan strategis saat itu dipercaya menjadi solusi bagi permasalahan yang dihadapi sebuah perusahaan atau organisasi. Pebisnis Amerika menjadi terobsesi dengan perencanaan strategis dalam menjalankan bisnis mereka pada waktu itu.

Perencanaan strategis kemudian lebih banyak diartikan sebagai perencanaan formulasi strategi saja. Formulasi atau perumusan itu juga merupakan bagian dari manajemen strategi sehingga strategic planning menjadi berbeda artinya dengan manajemen strategi. Istilah manajemen strategi sendiri saat ini lebih banyak digunakan pada bidang akademik. Manajemen strategi menjadi sebuah mata kuliah bagi mahasiswa bisnis atau manajemen.

Manajemen strategi sendiri terdiri atas dua kata yaitu manajemen dan strategi. Manajemen yang kita ketahui merupakan sebuah seni dan ilmu dalam merencanakan, mengorganisasi, melaksanakan dan melakukan kontrol terhadap sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan atau pun organisasi. Sedangkan strategi adalah proses pendekatan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan dan pelaksanaan sebuah kegiatan dalam suatu waktu.

2. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategis merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan. Menurut Pearch dan Robinson (1997) dikatakan bahwa manajemen stratejik adalah kumpulan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi. Sedangkan pengertian manajemen strategis menurut Nawawi adalah perencanaan berskala besar (disebut perencanaan strategi) yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (disebut visi), dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi (keputusan yang bersifat mendasar dan

BAB II

VISI DAN ATAU MISI: KLASIK DAN KONTEMPORER

MANAJEMEN STRATEGI

A. PENDAHULUAN

1. Deskripsi

Bab ini membicarakan tentang pengertian visi dan atau misi dari Manajemen Strategi karena tidak bisa dipungkiri keberhasilan suatu organisasi ditunjukkan oleh kemampuannya mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuan bersama sangat ditentukan oleh kinerja organisasi yang sangat dipengaruhi oleh kinerja organisasi dalam memahami misi dan atau visi dari Manajemen Strategi.

Visi dan atau Misi Manajemen Strategi dari suatu organisasi pemerintahan maupun swasta mencerminkan suatu penampilan organisasi atau perusahaan, bagaimana organisasi dilihat oleh orang yang berada diluarnya. Organisasi yang mempunyai budaya positif akan menunjukkan citra positif pula, demikian pula sebaliknya apabila visi dan atau misi dari Manajemen Strategi suatu organisasi atau perusahaan tidak berjalan dengan baik akan merugikan citra negative bagi organisasi.

BAB III

LINGKUNGAN EKSTERNAL DAN INTERNAL

MANAJEMEN STRATEGI

A. PENDAHULUAN

1. Deskripsi

Bab ini membicarakan tentang adanya lingkungan Eksternal dan Internal dari Manajemen Strategi karena tidak bisa dipungkiri keberhasilan suatu organisasi ditunjukkan oleh kemampuannya mencapai tujuan Manajemen Strategi dengan bisa beradaptasi pada lingkungan Eksternal dan Internal suatu organisasi atau perusahaan. Keberhasilan organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuan Manajemen Strategi sangat ditentukan oleh kinerja organisasi atau perusahaan yang sangat dipengaruhi oleh kinerja organisasi atau perusahaan yang sangat dipengaruhi oleh factor eksternal maupun internal organisasi atau perusahaan.

Style Manajemen Strategi dalam suatu organisasi atau perusahaan dalam organisasi pemerintahan maupun swasta mencerminkan penampilan organisasi atau perusahaan, bagaimana organisasi atau perusahaan dilihat oleh orang yang berada diluarnya. Organisasi atau perusahaan mempunyai Manajemen Strategi yang berjalan dengan baik akan memberikan nilai positif dan akan menunjukkan citra positif pula, demikian pula sebaliknya apabila Manajemen Strategi suatu organisasi atau perusahaan tidak berjalan dengan baik akan memerikan citra negative bagi organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred R, 2009. *Manajemen Strategis Konsep*, Edisi 12, Salemba Empat, Jakarta.
- Fahmi, Irham, 2013. *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, Cetakan 1, ALFABETA, Bandung.
- Hunger, David dan Thomas L Wheelen, 2003. *Manajemen Strategis*, Edisi 2, Andi, Yogyakarta
- Herjanto, Eddy. 2008. *Manajemen Operasi*. Jakarta: Grasindo.
- Indrianwati Usman. 2002. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: Universitas Terbuka. Depdiknas.
- Nilasari, Senja. 2014. *Manajemen Strategi itu Gampang*. Jakarta: Dunia Cerdas.
- Pearce, John A dan Richard B. Robinson. 1997. *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Terjemahan. Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.

PROFIL PENULIS

Dr. Josep Philip Kambey, SE, MBA, Ak

Sejak Tahun 2009 menjadi Dosen Tetap Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Manado. Penulis mengajar berbagai mata kuliah terkait Akuntansi, Manajemen Keuangan, Manajemen Strategi, dan Manajemen Sumber Daya Manusia.

Gelar Sarjana Akuntansi diperoleh penulis pada Tahun 1999 dari Fakultas Ekonomi Universitas Sam Ratulangi, Manado. Gelar Master of Business Administration diperoleh penulis dari Adventist International Institute of Advanced Studies (AIAS) Philipina pada Tahun 2004. Pada Tahun 2013, Penulis memperoleh Gelar Doktor pada Bidang Ilmu Manajemen dari Universitas Negeri Jakarta.



Buku ini menyajikan panduan komprehensif tentang manajemen strategi, menggabungkan teori dan praktik dalam konteks dunia bisnis modern. Dengan pendekatan yang sistematis, penulis menjelaskan berbagai konsep kunci, mulai dari analisis lingkungan eksternal hingga formulasi strategi dan implementasinya.

Dalam bab-bab awal, buku ini membahas dasar-dasar manajemen strategi, termasuk pentingnya visi, misi, dan tujuan organisasi. Penulis menggali berbagai alat analisis, seperti SWOT, SPACE, BCG Matrix dan analisis lainnya, yang membantu perusahaan memahami posisi mereka di pasar.

Selanjutnya, buku ini mengeksplorasi berbagai jenis strategi, termasuk strategi korporat, bisnis, dan fungsional, serta bagaimana memilih strategi yang tepat berdasarkan konteks organisasi. Penulis juga memberikan wawasan tentang pengelolaan perubahan dan inovasi sebagai bagian dari strategi jangka panjang.

Akhirnya, buku ini menekankan pentingnya evaluasi dan kontrol strategi, menawarkan berbagai metrik untuk menilai kinerja dan efektivitas implementasi strategi.

Dengan studi kasus dari berbagai industri, buku ini memberikan pembaca pemahaman yang mendalam tentang bagaimana perusahaan dapat beradaptasi dan berkembang di tengah tantangan yang terus berubah. Cocok untuk mahasiswa, profesional, dan pemimpin bisnis yang ingin mengasah keterampilan manajerial mereka dalam pengambilan keputusan strategis.



CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedia group
Telp/WA : +62 896-5427-3996

ISBN 978-623-147-597-8 (PDF)



9 786231 475978