

MANAJEMEN STRATEGIS KONSEP, PROSES, DAN IMPLEMENTASI

Donny Juliandri Prihadi, S.Pi., M.Sc., CPM., Ph.D

Irfan Maulana, S.Pd., M.M

Priyanto, S.Sos, M.E

Dr. Iwan Asmadi, SE, MM

Saryadi, SE., MM

Sanksi Pelanggaran Pasal 72
Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002
Tentang Hak Cipta

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) atau Pasal 49 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana paling lama 7 (tahun) dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagai dimaksud pada Ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

MANAJEMEN STRATEGIS KONSEP, PROSES, DAN IMPLEMENTASI

Donny Juliandri Prihadi, S.Pi., M.Sc., CPM., Ph.D

Irfan Maulana, S.Pd., M.M

Priyanto, S.Sos, M.E

Dr. Iwan Asmadi, SE, MM

Saryadi, SE., MM



PT PENERBIT NAGA PUSTAKA

MANAJEMEN STRATEGIS KONSEP, PROSES, DAN IMPLEMENTASI

Penulis :

Donny Juliandri Prihadi, S.Pi., M.Sc., CPM., Ph.D; Irfan Maulana, S.Pd., M.M;

Priyanto, S.Sos, M.E; Dr. Iwan Asmadi, SE, MM; Saryadi, SE., MM

ISBN :

978-634-7204-11-0

Editor :

Amelia Charolina

Penyunting :

PT Penerbit Naga Pustaka

Desain Cover dan Layout :

PT Penerbit Naga Pustaka

Penerbit :

PT Penerbit Naga Pustaka

Redaksi :

Office Center: Bekasi Utara Office

Cabang: Yogyakarta

Office Marketing: 0889-8889-7779

Marketing 1 :0882-0057-35752

Instagram:@nagapustaka_penerbit

Website:<https://nagapustaka.stor/>

E-mail: nagapustaka8@gmail.com

Cetakan Pertama **April 2025**

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Dilarang memperbanyak seluruh atau sebagian isi buku tanpa izin tertulis dari Penerbit.

KATA PENGANTAR

Buku ini disusun untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai manajemen strategis dalam konteks bisnis yang dinamis. Dengan mengangkat berbagai topik penting yang meliputi konsep dasar, analisis lingkungan eksternal dan internal, hingga implementasi strategi dalam organisasi, buku ini berusaha memberikan wawasan yang mendalam mengenai cara-cara strategis dalam menghadapi tantangan bisnis di era modern.

Setiap bab dalam buku ini mengulas berbagai elemen krusial yang membentuk manajemen strategis, mulai dari analisis industri, formulasi strategi, hingga pengukuran dan evaluasi kinerja organisasi. Pembaca akan diperkenalkan pada beragam pendekatan, seperti analisis SWOT, model VRIO, dan pengukuran kinerja dengan menggunakan KPI dan balanced scorecard. Topik-topik ini sangat relevan untuk memahami bagaimana organisasi dapat mengembangkan strategi yang efektif dan berkelanjutan dalam menghadapi persaingan global.

Selain itu, buku ini juga membahas manajemen strategis dalam konteks global, di mana pembaca akan mempelajari strategi internasionalisasi, tantangan budaya, dan etika dalam bisnis global. Studi kasus yang disertakan memberikan contoh nyata tentang bagaimana strategi bisnis diterapkan dalam industri yang berbeda, serta bagaimana perusahaan dapat bertransformasi melalui inovasi digital.

Semoga buku ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pembaca yang tertarik untuk memperdalam pemahaman tentang manajemen strategis dan dapat diaplikasikan dalam konteks praktis di dunia bisnis.

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 PENGANTAR MANAJEMEN STRATEGIS.....	1
A. Pengertian Manajemen Strategis.....	1
B. Perkembangan Manajemen Strategis	2
C. Peran Manajemen Strategis dalam Organisasi	3
D. Ruang Lingkup Manajemen Strategis	4
BAB 2 KERANGKA DASAR STRATEGI BISNIS.....	6
A. Konsep Dasar dan Jenis Strategi Bisnis.....	7
B. Keunggulan Kompetitif dan Diferensiasi Strategis	8
C. Strategi Generik Menurut Porter	9
D. Strategi Berbasis Sumber Daya dan Kompetensi Inti	10
BAB 3 ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL	12
A. Analisis PESTEL Faktor Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Ekologi, dan Legal...	12
B. Analisis Industri Model Lima Kekuatan Porter.....	14
C. Analisis Peluang dan Ancaman Pasar	15
D. Respons Strategis terhadap Perubahan Lingkungan	16
BAB 4 ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL	19
A. Evaluasi Sumber Daya, Kapabilitas, dan Kompetensi Inti.....	20
B. Analisis SWOT dalam Manajemen Strategis	21
C. Model VRIO untuk Keunggulan Kompetitif	22
D. Evaluasi Struktur dan Budaya Organisasi	23
BAB 5 PERUMUSAN STRATEGI KORPORAT	25
A. Visi, Misi, dan Tujuan Organisasi.....	26
B. Strategi Pertumbuhan Konsentrasi, Diversifikasi, dan Integrasi	26
C. Strategi Stabilitas dan Pemutusan Investasi	28
D. Aliansi Strategis, Merger, dan Akuisisi.....	29

BAB 6 STRATEGI BISNIS DAN DAYA SAING	30
A. Strategi Diferensiasi dan Kepemimpinan Biaya	30
B. Strategi Fokus dan Niche Market	31
C. Strategi Inovasi dan Adaptasi Teknologi.....	32
D. Implementasi Strategi Digital dan E-Business.....	33
BAB 7 IMPLEMENTASI STRATEGI ORGANISASI	35
A. Struktur Organisasi untuk Implementasi Strategi	36
B. Kepemimpinan Strategis dan Manajemen Perubahan.....	37
C. Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Implementasi Strategi.....	38
D. Pengelolaan Proyek dan Sumber Daya untuk Keberhasilan Strategi	38
BAB 8 PENGUKURAN DAN EVALUASI STRATEGI	40
A. Key Performance Indicators (KPI) dan Balanced Scorecard	41
B. Pengukuran Kinerja dan Evaluasi Strategi	41
C. Feedback dan Continuous Improvement dalam Strategi	42
D. Manajemen Risiko dalam Implementasi Strategis	43
BAB 9 MANAJEMEN STRATEGIS DALAM KONTEKS GLOBAL	45
A. Strategi Globalisasi dan Internasionalisasi	45
B. Strategi Persaingan di Pasar Internasional	46
C. Manajemen Strategis dalam Perusahaan Multinasional.....	47
D. Adaptasi Budaya dan Etika dalam Strategi Global	48
BAB 10 STUDI KASUS DAN BEST PRACTICES DALAM MANAJEMEN STRATEGIS	49
A. Analisis Kasus Keberhasilan dan Kegagalan Strategi Bisnis	49
B. Implementasi Strategi dalam Industri yang Berbeda	50
C. Transformasi Digital dan Inovasi dalam Manajemen Strategis.....	51
D. Rekomendasi untuk Praktisi dan Akademisi dalam Manajemen Strategis	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54
PROFIL PENULIS	57

BAB 1

PENGANTAR MANAJEMEN STRATEGIS

Manajemen strategis merupakan suatu pendekatan yang sistematis dalam merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan-keputusan yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuan jangka panjangnya. Dalam konteks persaingan yang semakin dinamis dan global, manajemen strategis menjadi landasan penting bagi organisasi, baik di sektor bisnis, pemerintahan, maupun nirlaba, untuk bertahan dan tumbuh secara berkelanjutan. Proses ini melibatkan analisis menyeluruh terhadap lingkungan internal dan eksternal organisasi, penetapan visi dan misi yang jelas, perumusan tujuan strategis, serta penyusunan kebijakan dan tindakan yang tepat. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku pasar, manajemen strategis menuntut kemampuan adaptif, inovatif, dan antisipatif dari para pemimpin organisasi. Oleh karena itu, pemahaman terhadap prinsip dan praktik manajemen strategis menjadi hal yang esensial bagi siapa pun yang ingin sukses dalam mengelola organisasi modern.

A. Pengertian Manajemen Strategis

Manajemen strategis adalah suatu proses yang mencakup penyusunan, implementasi, dan evaluasi keputusan-keputusan strategis yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya dalam jangka panjang. Proses ini bersifat menyeluruh dan sistematis, karena melibatkan analisis terhadap berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja organisasi. Dalam praktiknya, manajemen strategis tidak hanya berfokus pada penyusunan rencana, tetapi juga pada bagaimana strategi tersebut diterapkan secara efektif dan efisien melalui koordinasi berbagai fungsi organisasi.

Secara etimologis, kata "strategis" berasal dari istilah "strategi" yang dalam konteks militer berarti seni dalam menyusun rencana untuk memenangkan peperangan. Dalam dunia organisasi dan bisnis, strategi diartikan sebagai pendekatan terpadu untuk meraih keunggulan kompetitif dan mencapai posisi yang diinginkan di pasar. Oleh karena itu, manajemen strategis mengacu pada kemampuan organisasi dalam merancang langkah-langkah jangka panjang guna memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan organisasi di tengah lingkungan yang terus berubah.

Beberapa ahli memberikan definisi manajemen strategis dari sudut pandang yang berbeda. Menurut Fred R. David, manajemen strategis adalah seni dan ilmu dalam merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Sementara itu, menurut Wheelen dan Hunger, manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja jangka panjang perusahaan. Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis menekankan pada orientasi masa depan, keselarasan antar fungsi organisasi, serta respons terhadap dinamika lingkungan bisnis.

B. Perkembangan Manajemen Strategis

Perkembangan manajemen strategis tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan melalui proses evolusi yang panjang seiring dengan perubahan lingkungan bisnis dan kebutuhan organisasi dalam mengelola sumber daya secara lebih efektif. Pada awalnya, praktik manajerial lebih berfokus pada perencanaan jangka pendek dan pengelolaan operasional. Namun, memasuki era industrialisasi dan globalisasi, para pemimpin organisasi mulai menyadari pentingnya perencanaan jangka panjang yang lebih adaptif terhadap perubahan eksternal.

Pada dekade 1950-an hingga 1960-an, konsep perencanaan strategis mulai diperkenalkan. Fokus utama pada masa ini adalah penyusunan rencana jangka panjang dengan asumsi bahwa masa depan relatif dapat diprediksi. Namun seiring meningkatnya ketidakpastian dan kompleksitas bisnis pada tahun 1970-an, muncul kebutuhan untuk pendekatan yang lebih fleksibel dan menyeluruh. Di sinilah istilah *strategic management* mulai digunakan untuk menggambarkan proses yang tidak hanya mencakup perencanaan, tetapi juga pelaksanaan dan evaluasi strategi secara berkesinambungan.

Pada era 1980-an, muncul pendekatan manajemen strategis berbasis keunggulan kompetitif, dipopulerkan oleh Michael E. Porter melalui model lima kekuatan persaingan (Five Forces Model). Pendekatan ini menekankan pentingnya analisis lingkungan eksternal dan posisi strategis organisasi dalam industri. Dalam periode ini juga berkembang konsep *competitive advantage*, yaitu bagaimana organisasi dapat membedakan dirinya dari pesaing dan menciptakan nilai lebih bagi pelanggan.

Memasuki dekade 1990-an dan awal 2000-an, manajemen strategis mulai diperkaya dengan perspektif berbasis sumber daya (*resource-based view*), yang menekankan

pentingnya aset internal seperti kapabilitas, budaya organisasi, dan pengetahuan sebagai kunci keunggulan bersaing. Konsep manajemen berbasis nilai (*value-based management*), *balanced scorecard*, serta strategi berbasis inovasi dan pengetahuan juga turut membentuk wajah baru dari manajemen strategis.

Kini, di era digital dan disrupsi teknologi, manajemen strategis terus berkembang ke arah yang lebih dinamis dan responsif. Perusahaan dituntut untuk agile, mampu berinovasi secara cepat, dan menggunakan data sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Strategi tidak lagi hanya disusun oleh pimpinan puncak, tetapi melibatkan seluruh elemen organisasi dalam proses kolaboratif dan adaptif. Dengan demikian, manajemen strategis telah berevolusi menjadi kerangka kerja yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dan relevan dengan tantangan masa kini.

C. Peran Manajemen Strategis dalam Organisasi

Manajemen strategis memainkan peran yang sangat krusial dalam menentukan arah, kelangsungan, dan kesuksesan jangka panjang suatu organisasi. Dalam lingkungan bisnis yang terus berubah dan penuh ketidakpastian, manajemen strategis membantu organisasi untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dan bersaing secara efektif. Salah satu peran utamanya adalah sebagai panduan dalam pengambilan keputusan yang bersifat jangka panjang dan menyeluruh, sehingga setiap langkah organisasi memiliki dasar yang kuat dan terarah.

Selain itu, manajemen strategis juga berfungsi sebagai alat untuk menyelaraskan seluruh aktivitas organisasi dengan visi dan misi yang telah ditetapkan. Melalui proses perumusan strategi, organisasi dapat mengidentifikasi tujuan yang ingin dicapai, sumber daya yang dibutuhkan, serta cara terbaik untuk mencapai hasil yang optimal. Ini menciptakan keterpaduan antara berbagai fungsi dan unit kerja dalam organisasi, sehingga semua elemen bergerak ke arah yang sama dan saling mendukung.

Manajemen strategis juga berperan dalam memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman melalui analisis SWOT. Dengan memahami posisi internal dan eksternal organisasi, pimpinan dapat merumuskan strategi yang relevan dan responsif terhadap dinamika lingkungan. Ini sangat penting dalam mencegah organisasi dari risiko strategis dan memaksimalkan peluang yang ada di pasar.

Lebih lanjut, manajemen strategis mendukung inovasi dan pengembangan berkelanjutan. Dengan orientasi jangka panjang, organisasi terdorong untuk terus

mencari cara-cara baru dalam menciptakan nilai, meningkatkan efisiensi, dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan organisasi, terutama dalam menghadapi disrupsi teknologi, perubahan regulasi, serta pergeseran perilaku konsumen.

Manajemen strategis juga berperan dalam evaluasi dan pengendalian kinerja organisasi. Strategi yang telah dirumuskan harus diimplementasikan secara konsisten dan dievaluasi secara berkala agar tetap relevan. Melalui sistem pengukuran kinerja yang terintegrasi, seperti *balanced scorecard*, organisasi dapat menilai efektivitas strategi dan melakukan penyesuaian jika diperlukan. Dengan demikian, manajemen strategis bukan hanya proses teoritis, melainkan praktik nyata yang menjadi pilar utama dalam pencapaian keunggulan kompetitif dan keberhasilan jangka panjang organisasi.

D. Ruang Lingkup Manajemen Strategis

Ruang lingkup manajemen strategis mencakup serangkaian kegiatan yang bersifat menyeluruh dan terpadu, dimulai dari proses perumusan strategi, pelaksanaan strategi, hingga evaluasi dan pengendalian strategi. Ketiga tahapan utama ini saling berkaitan dan membentuk siklus berkelanjutan yang menjadi dasar dalam pengelolaan organisasi secara strategis. Setiap tahapan dalam ruang lingkup ini menuntut adanya analisis mendalam terhadap kondisi internal dan eksternal organisasi agar keputusan yang diambil benar-benar mendukung pencapaian tujuan jangka panjang.

Tahap pertama adalah **perumusan strategi** (*strategy formulation*), yang mencakup penetapan visi, misi, tujuan strategis, serta identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman melalui analisis SWOT. Dalam tahap ini, organisasi perlu memahami posisi kompetitifnya, tren pasar, kondisi lingkungan makro, serta aspirasi pemangku kepentingan. Hasil dari perumusan ini adalah strategi-strategi utama yang akan menjadi pedoman dalam menjalankan organisasi ke depan.

Tahap kedua adalah **implementasi strategi** (*strategy implementation*), yaitu proses mengubah strategi yang telah dirumuskan menjadi aksi nyata di lapangan. Pada tahap ini, diperlukan pengorganisasian sumber daya, penyusunan struktur organisasi yang tepat, pengembangan budaya organisasi yang mendukung strategi, serta pengelolaan kepemimpinan dan komunikasi yang efektif. Pelaksanaan strategi menuntut

MANAJEMEN STRATEGIS

Konsep, Proses, dan Implementasi



UY 08.91

Donny Juliandri Prihadi, S.Pi., M.Sc., CPM., Ph.D; Irfan Maulana, S.Pd., M.M;
Priyanto, S.Sos, M.E; Dr. Iwan Asmadi, SE, MM; Saryadi, SE., MM