



# **MATA KULIAH MANAJEMEN STRATEGY**

**Dr. SUGITO HADI, SE, M.Si**



MODUL 1 : Konsep Dasar Manajemen Strategi, Prinsip,  
Pandangan dan Teori  
( Dosen : Dr. Sugito Hadi, SE, M.Si )

## 1. Konsep Dasar

Manajemen strategik adalah

Usaha **manajerial** untuk menumbuhkembangkan kekuatan organisasi untuk **mengeksploitasi peluang** yang muncul guna mencapai tujuan sesuai dengan **visi dan misi** yang telah ditetapkan.

**Manajemen strategik merupakan upaya yang mengharuskan pimpinan puncak dengan atau tanpa bantuan bawahannya untuk mengenali aspek-aspek kekuatan organisasi yang sesuai dengan visi dan misi yang harus ditumbuhkembangkan guna mencapai tujuan strategik yang telah ditetapkan**



Manajemen strategik adalah *Perencanaan berskala besar (perencanaan strategik) yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (visi), dan ditetapkan sebagai keputusan manajemen puncak (keputusan prinsipil), agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (misi), dalam upaya menghasilkan suatu perencanaan operasional untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas, yang diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan (tujuan strategik) dan berbagai sasaran (tujuan operasional) organisasi. Manajemen strategik merupakan suatu sistem yang memiliki komponen yang saling berkaitan untuk mencapai tujuan dan arah yang sama.*



## **Komponen tersebut meliputi:**

**a. Perencanaan strategik dengan aspek- aspek visi dan misi, tujuan strategik dan strategik utama (grand strategy) dari organisasi,**

**b. Perencanaan operasional dengan aspek-**

**aspek Sasaran atau Tujuan operasional,**

**Pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen**

**berupa perencanaan**



Karakteristik dari pengertian manajemen strategik sebagai berikut.

1. Manajemen strategik diwujudkan dalam bentuk Rencana Strategik (Renstra) yang diturunkan menjadi Rencana Operasional (Renop), yang diturunkan lagi menjadi Program Kerja (Proker), Program Tahunan (Prota) dan Program Semester (Prosem).
2. Rencana Strategik (Renstra) berorientasi jangka panjang, untuk organisasi profit dengan periode 5 sampai 10 tahun, sedangkan organisasi non profit/pemerintahan dengan periode 20 sampai 25 tahun. Contoh GBHN. Sedang Rencana Operasional (Renop) ditetapkan dengan periode 5 tahun, contoh REPELITA. Rencana jangka pendek dalam bentuk Program dan Proyek dalam APBN.
3. Visi dan Misi, pemilihan strategi yang menghasilkan Strategi Utama dan Tujuan Strategik untuk jangka panjang merupakan acuan dalam merumuskan Renstra.
4. Rencana Strategik (Renstra) diuraikan menjadi Rencana Operasional (Renop) yang memuat Program-program operasional termasuk Proyek



5. *Penetapan Rencana Strategi (Renstra) dan Rencana Operasional (Renop) melibatkan pimpinan puncak, karena bersifat sangat prinsipil dalam pelaksanaan seluruh Visi dan Misi organisasi, untuk mewujudkan, mempertahankan dan mengembangkan eksistensi jangka menengah dan jangka panjang.*
6. Pengimplementasian strategi dalam Program dan Proyek untuk mencapai sasarnya masing-masing dilakukan melalui fungsi-fungsi manajemen tersebut.



## TERMINOLOGI MANAJEMEN STRATEGIK

David (2015) mengemukakan terminologi penting yang harus dipahami dalam manajemen strategik yaitu ahli strategi, pernyataan misi, peluang dan ancaman eksternal, kekuatan dan kelemahan internal, sasaran jangka panjang, strategi, sasaran tahunan, dan kebijakan.

1. Ahli Strategi ,Ahli strategi adalah orang yang paling bertanggungjawab atas sukses atau gagalnya suatu organisasi. Ahli strategi memiliki nama jabatan yang berbedabeda seperti CEO (Chief Executive Officer), Presiden, Pemilik, Ketua Dewan, Direktur Eksekutif, Kanselir, Dekanat, Wiraswasta. Ahli strategi diharapkan mampu untuk melakukan perubahan dalam organisasi, seperti menyediakan lebih banyak visi kepemimpinan, menghubungkan kompensasi lebih baik terhadap prestasi, lebih sering berkomunikasi dengan karyawan, dan lebih menekankan etika usaha (Survei CEO, 2000; Fortune, 1989)



## 2. Pernyataan Misi

Pernyataan Misi adalah pernyataan jangka panjang mengenai tujuan yang membedakan suatu usaha dari organisasi lain yang sejenis. Suatu pernyataan misi mengidentifikasi cakupan dari operasional organisasi dengan istilah produk dan pasar. Pernyataan misi menjawab pertanyaan mendasar yang dihadapi oleh semua ahli strategi: “Apa sebenarnya usaha kita? Pernyataan misi yang jelas menguraikan nilai-nilai dan prioritas dari suatu organisasi. Mengembangkan misi usaha memaksa ahli strategi untuk berpikir mengenai sifat dan cakupan operasional saat ini dan untuk menilai daya tarik potensial dari pasar dan aktivitas masa depan. Suatu pernyataan misi yang luas menggambarkan arah suatu organisasi di masa akan datang.





3. Peluang dan Ancaman Eksternal Peluang dan ancaman eksternal adalah suatu kondisi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintah, teknologi dan kecenderungan persaingan serta peristiwa yang dapat menguntungkan atau merugikan suatu organisasi secara signifikan di masa akan datang. Peluang dan ancaman umumnya berada di luar kendali organisasi, sehingga disebut faktor eksternal. Peluang dan ancaman bias termasuk undangundang dan peraturan baru, pengenalan produk baru oleh pesaing, bencana nasional, menurunnya nilai mata uang. Dalam aspek manajemen strategik bahwa organisasi perlu merumuskan strategi untuk memanfaatkan peluang eksternal dan menghindari dampak ancaman eksternal melalui proses riset, monitor dan evaluasi yang dikenal dengan pengamatan lingkungan (environment scanning).

4. Kekuatan dan Kelemahan Internal Kekuatan dan kelemahan internal adalah aktivitas dalam kendali organisasi dengan kinerja luar biasa baik atau buruk. Kekuatan dan kelemahan tersebut muncul dalam aktivitas manajemen, produksi, pemasaran, keuangan/akuntansi, penelitian dan pengembangan, sistem informasi komputer suatu usaha. Kekuatan dan kelemahan ditentukan secara relatif terhadap pesaing usaha. Kekuatan dan kelemahan dapat ditetapkan berdasarkan elemen-elemen selain kinerja organisasi. Sebagai contoh kekuatan adalah memiliki sumber daya alam dan reputasi mutu. Faktor-faktor internal dapat ditetapkan dengan cara menghitung rasio, mengukur prestasi, membandingkan dengan periode sebelumnya atau rata-rata industri yang lain. Faktor-faktor internal lainnya adalah moral karyawan, efisiensi produksi/program, efektivitas pemasaran, loyalitas pelanggan.

5. Sasaran Jangka Panjang Sasaran jangka panjang ditentukan sebagai hasil spesifik yang ingin dicapai organisasi dalam misinya lebih dari satu tahun. Sasaran diperlukan suatu organisasi yaitu menyatakan arah, membantu dalam evaluasi, menciptakan sinergi, mengungkapkan prioritas, memfokuskan koordinasi, dan menjadikan dasar untuk perencanaan, pengorganisasian, memotivasi serta mengendalikan aktivitas manajemen secara efektif

## 6. Strategi

Strategi adalah suatu cara untuk mencapai sasaran jangka panjang. Strategi usaha dapat termasuk perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan karyawan, divestasi, likuidasi dan merger. Strategi bisa dilihat secara hierarki mulai dari strategi korporasi/manajemen, strategi usaha/divisi dan strategi fungsional/teknis.