



MANAJEMEN STRATEGI

Azlan Azhari

MANAJEMEN STRATEGI

Penulis:

Azlan Azhari

Editor:

Andi Ircham Hidayat



Penerbit

Nobel Press

2024

MANAJEMEN STRATEGI

Penulis:

Azlan Azhari

ISBN: 978-623-6936-61-0

Editor:

Andi Ircham Hidayat

Cetakan Pertama: Agustus 2024

Isi di luar tanggungjawab percetakan

Hak Cipta 2024, Pada Penulis

Copyright © 2024 by Nobel Press

All Right Reserved Hak

Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang keras menerjemahkan, memfotocopy, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

PENERBIT NOBEL PRESS

(ITB NOBEL INDONESIA MAKASSAR)

Anggota APPTI

Kampus ITB Nobel Indonesia, Jalan Sultan Alauddin

No. 212 Makassar

<https://nobelpress.nobel.ac.id/>

email: nobelpress@nobel.ac.id

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penyusunan buku ajar "MANAJEMEN STRATEGI". Buku ini disusun dengan pendekatan yang sistematis dan mudah dipahami, dimulai dari konsep-konsep dasar manajemen strategi hingga implementasi dan evaluasi strategi dalam konteks nyata. Setiap bab memberikan penjelasan secara mendalam dan dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan analitis pembaca. Kami juga memasukkan diskusi mengenai tren dan tantangan terkini dalam manajemen strategi, termasuk dampak teknologi, globalisasi, dan perubahan lingkungan bisnis.

Dalam dunia bisnis yang dinamis dan kompetitif saat ini, kemampuan untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi yang efektif menjadi kunci bagi kesuksesan organisasi. Manajemen strategi merupakan disiplin yang menggabungkan pengetahuan dan keterampilan untuk membantu perusahaan mencapai tujuan jangka panjang dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Buku ajar ini disusun untuk memberikan wawasan yang komprehensif mengenai prinsip-prinsip dasar, alat analisis, dan kerangka kerja strategis yang relevan bagi mahasiswa, praktisi, dan pengambil keputusan dalam organisasi.

Kami berharap buku ini dapat menjadi sumber belajar yang berharga dan membantu pembaca mengembangkan kemampuan strategis yang diperlukan untuk menghadapi tantangan bisnis di masa depan. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi

dalam penyusunan buku ini, serta berharap agar masukan dan saran dari pembaca dapat menjadi bahan perbaikan bagi edisi mendatang.

Selamat membaca dan semoga bermanfaat!

Makassar, Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB I. MANAJEMEN PEMASARAN BARANG	
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	1
B. PENDAHULUAN	1
C. PEMBAHASAN MATERI	3
a) DEFINISI MANAJEMEN STRATEGIK	3
b) TAHAP-TAHAP MANAJEMEN STRATEGIK	5
c) KEUNGGULAN BERSAING	7
d) MODEL MANAJEMEN STRATEGIK	8
e) MANFAAT MANAJEMEN STRATEGIK	10
f) PEDOMAN UNTUK MANAJEMEN STRATEGIK YANG EFEKTIF	12
D. RANGKUMAN MATERI	14
E. LATIHAN DAN EVALUASI	14
F. DAFTAR PUSTAKA	15
BAB II. VISI DAN MISI PERUSAHAAN	16
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	16
B. PENDAHULUAN	16
C. PEMBAHASAN MATERI	17
a) DEFINISI VISI DAN MISI	17
b) PROSES MENGEMBANGKAN PERNYATAAN VISI DAN MISI	18
c) PENTINGNYA KEUNGGULAN PERNYATAAN VISI DAN MISI	20
d) KARAKTERISTIK PERNYATAAN VISI DAN MISI	22
e) MENGEMBANGKAN DAN MENGEVALUASI PERNYATAAN VISI DAN MISI	23
D. RANGKUMAN MATERI	24
E. LATIHAN DAN EVALUASI	25
F. DAFTAR PUSTAKA	26

BAB III. PENILAIAN LINGKUNGAN EKSTERNAL	27
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	27
B. PENDAHULUAN	27
C. PEMBAHASAN MATERI	28
a) SIFAT AUDIT EKSTERNAL	28
b) ANALISIS PESTEL (POLITIK, EKONOMI, SOSIAL, TEKNOLOGI, LINGKUNGAN, DAN LEGAL)	30
c) ANALISIS BERSAING LIMA KEKUATAN PORTER	32
d) IDENTIFIKASI PELUANG DAN ANCAMAN	35
e) MATRIKS EVALUASI FAKTOR EKSTERNAL (EFE)	36
D. RANGKUMAN MATERI	37
E. LATIHAN DAN EVALUASI	38
F. DAFTAR PUSTAKA	38
BAB IV. PENILAIAN LINGKUNGAN INTERNAL	38
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	38
B. PENDAHULUAN	38
C. PEMBAHASAN MATERI	41
a) ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL	41
b) TINJAUAN BERBASIS SUMBER DAYA DAN KAPABILITAS	43
c) IDENTIFIKASI LINGKUNGAN INTERNAL (MANAJEMEN, PEMASARAN, KEUANGAN, PRODUKSI DAN OPERASI, R&D)	44
d) ANALISIS RANTAI NILAI	47
e) MATRIKS EVALUASI FAKTOR INTERNAL (IFE)	50
D. RANGKUMAN MATERI	51
E. LATIHAN DAN EVALUASI	52
F. DAFTAR PUSTAKA	53
BAB V. STRATEGI BISNIS	54
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	54
B. PENDAHULUAN	54
C. PEMBAHASAN MATERI	55
a) JENIS/TINGKATAN STRATEGI DALAM ORGANISASI	55

b)	STRATEGI INTEGRASI	57
c)	STRATEGI INTENSIF	59
d)	STRATEGI DIVERSIFIKASI	61
e)	STRATEGI DEFENSIF	63
f)	LIMA STRATEGI GENERIK PORTER	65
g)	MAKNA UNTUK MENCAPAI STRATEGI	66
D.	RANGKUMAN MATERI	67
E.	LATIHAN DAN EVALUASI	68
F.	DAFTAR PUSTAKA	69
 BAB VI. ANALISIS PILIHAN STRATEGI		 70
A.	TUJUAN PEMBELAJARAN	70
B.	PENDAHULUAN	70
C.	PEMBAHASAN MATERI	71
a)	MATRIKS SWOT	71
b)	MATRIKS BCG	72
c)	MATRIKS IE	74
d)	MATRIKS GRAND STRATEGI	75
e)	MATRIKS QSPM	76
D.	RANGKUMAN MATERI	77
E.	LATIHAN DAN EVALUASI	78
F.	DAFTAR PUSTAKA	79
 BAB VII. IMPLEMENTASI STRATEGI:		
ISU MANAJEMEN DAN OPERASI		80
A.	TUJUAN PEMBELAJARAN	80
B.	PENDAHULUAN	80
C.	PEMBAHASAN MATERI	81
a)	SIFAT IMPLEMENTASI STRATEGI	81
b)	PENYESUAIAN STRUKTUR ORGANISASI DENGAN STRATEGI	82
c)	PENGELOLAAN KONFLIK	83
d)	BUDAYA ORGANISASI DAN IMPLEMENTASI STRATEGI	85
e)	PRODUKSI DAN OPERASI DALAM IMPLEMENTASI STRATEGI	86

D. RANGKUMAN MATERI	87
E. LATIHAN DAN EVALUASI	89
F. DAFTAR PUSTAKA	89
BAB VIII. IMPLEMENTASI STRATEGI:	
ISU PEMASARAN, KEUANGAN, R&D DAN IT	90
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	90
B. PENDAHULUAN	90
C. PEMBAHASAN MATERI	91
a) PERANAN PEMASARAN DAN IMPLEMENTASI STRATEGI	91
b) MANAJEMEN KEUANGAN DALAM IMPLEMENTASI STRATEGI	93
c) PERAN R&D DAN TEKNOLOGI DALAM IMPLEMENTASI STRATEGI	94
d) SISTEM INFORMASI DAN IMPLEMENTASI STRATEGI	96
D. RANGKUMAN MATERI	98
E. LATIHAN DAN EVALUASI	100
F. DAFTAR PUSTAKA	101
BAB IX. EVALUASI DAN PENGENDALIAN STRATEGI	102
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	102
B. PENDAHULUAN	102
C. PEMBAHASAN MATERI	103
a) PROSES PENGENDALIAN STRATEGI	103
b) BALANCE SCORECARD	104
c) EVALUASI KINERJA STRATEGI	107
D. RANGKUMAN MATERI	108
E. LATIHAN DAN EVALUASI	109
F. DAFTAR PUSTAKA	109
BAB X. ETIKA BISNIS, TANGGUNGJAWAB SOSIAL, DAN KEBERLANGSUNGAN LINGKUNGAN	111
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	111

B. PENDAHULUAN	111
C. PEMBAHASAN MATERI	113
a) ETIKA BISNIS	113
b) TANGGUNGJAWAB SOSIAL	116
c) KEBERLANGSUNGAN LINGKUNGAN	117
D. RANGKUMAN MATERI	120
E. LATIHAN DAN EVALUASI	121
F. DAFTAR PUSTAKA	121
BAB XI. ISU GLOBAL DAN INTERNASIONAL	
DALAM MANAJEMEN STRATEGIK	122
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	122
B. PENDAHULUAN	122
C. PEMBAHASAN MATERI	123
a) ORGANISASI MULTINASIONAL	123
b) KEUNGGUNGAN DAN KERUGIAN OPERASI INTERNASIONAL	126
c) TANTANGAN DAN PELUANG DALAM GLOBALISASI	128
d) TINGKAT PAJAK KORPORAT SECARA GLOBAL	131
e) BUDAYA BISNIS DI SELURUH NEGARA	132
D. RANGKUMAN MATERI	133
E. LATIHAN DAN EVALUASI	134
F. DAFTAR PUSTAKA	135