

# MANAJEMEN STRATEGI

“Dalam Merespon Era Transformasi Digital”

Buku ini telah disusun sedemikian rupa sebagai panduan pembelajaran yang meliputi tiga aspek penting dalam manajemen strategi yaitu formulasi strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Pada buku ini juga disampaikan contoh-contoh aplikatif seputar Manajemen Strategi yang dilaksanakan oleh berbagai Perusahaan dan organisasi yang diharapkan akan memberikan pembelajaran yang komprehensif bagaimana aplikasi teori dalam praktik yang sesungguhnya

**N** NOBEL PRESS



**N** NOBEL PRESS

MANAJEMEN STRATEGI

Prof. Dr. H. Mashur Razak, S.E., M.M.  
Dr. H. Muhammad Hidayat, S.E., M.M.

**N** NOBEL PRESS

# MANAJEMEN STRATEGI

“Dalam Merespon Era Transformasi Digital”



Prof. Dr. H. Mashur Razak, S.E., M.M.  
Dr. H. Muhammad Hidayat, S.E., M.M.

# **MANAJEMEN STRATEGI**

**“DALAM MERESPON ERA TRANSFORMASI DIGITAL”**

## **Penulis:**

**Prof. Dr. H. Mashur Razak, S.E., M.M**  
**Dr. H. Muhammad Hidayat, S.E., M.M**

## **Editor:**

**Dr. Ahmad Firman, S.E., M.Si**  
**Andi Ircham Hidayat, S.Kom., M.Kom**



**Penerbit**

**Nobel Press**

**2024**

# MANAJEMEN STRATEGI

“DALAM MERESPON ERA TRANSFORMASI DIGITAL”

**Penulis:**

**Prof. Dr. H. Mashur Razak, S.E., M.M**

**Dr. H. Muhammad Hidayat, S.E., M.M**

ISBN: 978-623-6936-64-1

**Editor:**

**Dr. Ahmad Firman, S.E., M.Si**

**Andi Ircham Hidayat, S.Kom., M.Kom**

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](mailto:nobelpress@nobel.ac.id)

## PRAKATA

Pertama tama Tim Penulis mengucapkan Puji Syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas berkat Rahmat serta Hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penyusunan buku ini sehingga buku ini dapat kita baca saat ini. Tak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh kolega yang telah memberikan sumbang saran dan bantuan selama penyusunan buku ini.

Sesuai dengan topik dan isi buku ini maka buku ini didedikasikan untuk semua Mahasiswa yang sedang melaksanakan studi Manajemen Strategi sebagai Buku ajar yang akan menjadi panduan bagi para Mahasiswa dalam proses pembelajaran terkait dengan Mata Kuliah Manajeen Strategi

Buku ini telah disusun sedemikian rupa sebagai panduan pembelajaran yang meliputi tiga aspek penting dalam manajeen strategi yaitu formulasi strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi pada buku ini juga disampaikan contoh-contoh aplikatif seputar Manajemen Strategi yang dilaksanakan oleh berbagai Perusahaan dan organisasi yang diharapkan akan memberikan pembelajaran yang komperehensif bagaimana aplikasi teori dalam praktik yang sesungguhnya

Harapan Penulis semoga buku ini dapat dimanfaatkan dengan baik dan Penulis juga berharap sepanjang ilmu pengetahuan yang terus berkembang maka saran saran perbaikan sangat penulis harapkan demi terupdatenya materi buku ajar ini sehingga sesuai dengan kebutuhan pembelajaran Manajemen Strategi yang sama-sama kita harapkan

Makassar Agustus 2024

Penulis

# DAFTAR ISI

<b>BAB I PENGERTIAN , RUANG LINGKUP DAN TUJUAN MANAJEMEN STRSTEGI.....</b>	<b>1</b>
A. Urgensi Manajemen Strategi dalam Organisasi dan bisnis .....	2
B. Manajemen strategi dalam era transformasi digital. ....	5
C. Pengertian Manajemen Strategi.....	7
D. Ruang lingkup dan proses manajemen strategi .....	8
E. Tujuan dan Manfaat Manajemen Strategi.....	13
F. Evolusi pemikiran Manajemen Strategi .....	16
<b>BAB II ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS .....</b>	<b>34</b>
A. Analisis Lingkungan Eksternal.....	35
B. Analisis Lingkungan Internal.....	61
<b>BAB III. VISI, MISI dan TUJUAN ORGANISASI .....</b>	<b>68</b>
A. Urgensi Visi dan Misi dalam Organisasi.....	69
B. Pengertian Visi, Misi dan Tujuan Organisasi.....	74
C. Proses Penetapan Visi, Misi, dan Tujuan. ....	83
<b>BAB IV ANALISIS STRATEGIS.....</b>	<b>88</b>
A. Analisis Value Chain .....	90
B. Identifikasi Keunggulan Kompetitif.....	101
<b>BAB V. PEMILIHAN STRATEGI .....</b>	<b>106</b>
A. Tingkatan strategi dalam bisnis .....	107
B. Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Pemilihan Strategi .....	117
<b>BAB VI. PENGAMBILAN KEPUTUSAN STRATEGIS .....</b>	<b>121</b>
A. Proses Pengambilan Keputusan Strategis .....	122
B. Teknik Pengambilan Keputusan (Analisis SWOT, Pohon Keputusan).....	127

<b>BAB VII. BALANCED SCORECARD .....</b>	<b>134</b>
A. Pengertian Balanced Scorecard.....	134
B. Keuntungan Penerapan Balanced Scorecard.....	138
C. Perspektif-Perspektif Balanced Scorecard .....	139
D. Tahapan Implementasi Balanced Scorecard .....	143
<b>BAB VIII. STRATEGI KEUNGGULAN KOMPETITIF .....</b>	<b>151</b>
A. Definisi dan Konsep Strategi Bersaing.....	152
B. Teori Keunggulan Kompetitif .....	155
C. Merancang Strategi Keunggulan Kompetitif .....	161
<b>BAB IX. KEY PERFORMANCE INDIKATOR.....</b>	<b>164</b>
A. Definisi dan Konsep Key Performance Indikator.....	165
B. Menganalisis Perminataan Dependent Independent Penyusunan KPI .....	166
C. Praktek dan Penerapan KPI Pada Organisasi .....	167
<b>BAB X. MENGELOLA STRATEGI DI ERA DIGITAL .....</b>	<b>171</b>
A. Tantangan Strategi di Era Digital .....	172
B. Peluang Strategi Di Era Digital.....	179
<b>BAB XI. KEBERLANJUTAN DAN TANGGUNGJAWAB</b>	
<b>SOSIAL .....</b>	<b>187</b>
A. Membangun Organisasi yang Ssustainable.....	188
B. Mengembangkan Konsep Sosiopreneur Organization.....	190
C. Corporate Sosial Responsibility .....	193
D. Keuntungan CSR:.....	195
<b>BAB XII. EVALUASI STRTEGI.....</b>	<b>199</b>
A. Pentingnya Evaluasi Strategi.....	200
B. Sasaran Evaluasi Strategi .....	202
C. Manfaat Evaluasi Strategi.....	204

D. Tahapan Evaluasi strategi .....	205
E. Pemanfaatan Output Evaluasi Strategi .....	206
<b>BAB XIII. CONTOH PENERAPAN STRATEGI</b>	
<b>ORGANISASI .....</b>	<b>209</b>
A. Contoh Penerapan Strategi Yang Berhasil .....	210
B. Contoh Penerapan Strategi yang Gagal .....	211
<b>GLOSARIUM .....</b>	<b>214</b>
<b>DAFTAR PUSATAKA .....</b>	<b>223</b>