



Endang Sugiarti

MANAJEMEN STRATEGI

Teori, Analisis, dan Studi Kasus

"Menejemen strategi ini disusun untuk memberikan pemahaman dan ketrampilan kepada para pembaca dalam menciptakan ide-ide atau gagasan-gagasan keunggulan kompetitif untuk memenangkan suatu persaingan, sehingga menjadi pelopor bukan sebagai pengikut kemajuan bisnis."



Penerbit : PT Dewangga Energi Internasional
Anggota IKAPI (403/JBA/2021)
Komp. Purigading Ruko I No. 39
Pondokmelati Kota Bekasi
Tlp. 0851-6138-9537
www.dewanggapublishing.com

ISBN 978-623-5927-45-9



9 786235 927459

MANAJEMEN STRATEGI
Teori, Analisis, dan Studi Kasus

Endang Sugiarti



MANAJEMEN STRATEGI

Teori, Analisis, dan Studi Kasus

Endang Sugiarti

MANAJEMEN STRATEGI
Teori, Analisis, dan Studi Kasus

Copyright @ PT Dewangga Energi Internasional & Penulis, 2022

Penulis:
Endang Sugiarti

ISBN:

Editor :
Wahyudi

Desain Cover & Tata Letak :
Dewangga Publishing

Proofreader :
Aly Rasyid

Penerbit:
PT Dewangga Energi Internasional
Anggota IKAPI (403/JBA/2021)

Redaksi:
Komp. Purigading Ruko I No. 39
Pondokmelati Kota Bekasi 17414
Telp/WA: 0851-6138-9537
E-mail: dewanggapublishing@gmail.com
Website: www.dewanggapublishing.com

Cetakan Pertama: Maret 2022

Ukuran :
204 halaman, A4 21cm x 29.7cm

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit maupun penulis

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah atas rahmat Allah SWT, buku Manajemen Strategi dapat diselesaikan. Buku ini bertujuan agar para pembaca mengetahui serta memahami berbagai strategi dalam melakukan kegiatan Bisnis. Manajemen strategis memegang peranan penting dalam memecahkan berbagai permasalahan bisnis yang terjadi dengan menghasilkan berbagai alternatif solusi yang ditawarkan dalam menghadapi berbagai macam persaingan bisnis.

Manajemen strategi ini disusun untuk memberikan pemahaman dan ketrampilan kepada para pembaca dalam menciptakan ide-ide atau gagasan-gagasan keunggulan kompetitif untuk memenangkan suatu persaingan, sehingga menjadi pelopor bukan sebagai pengikut kemajuan bisnis.

Tersusunnya dan selesainya penulisan ini sudah barang tentu bukan semata-mata dari usaha penulis saja, namun dorongan dari banyaknya pihak baik material ataupun moral. Penulis sangat berterimakasih untuk sahabat, rekan-rekan, keluarga, dan semua yang telah membantu. Tentunya penulis menyadari masih terdapat banyaknya kelemahan maupun kekurangan dalam penyusunan dan penulisan ini, kami membutuhkan saran dan kritik agar kedepannya lebih baik lagi.

Tangerang Selatan, Maret 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTARA

DAFTAR ISI

BAB I MANAJEMEN STRATEGI

1.1 Pengertian Manajemen Strategik.....	1
1.2 Perkembangan dan sejarah Manajemen Strategik.....	9
1.3 Hirarki Strategik	24

BAB II TUJUAN, VISI, MISI, DAN FALSAFAH PERUSAHAAN

2.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	29
2.2 Misi Perusahaan	31
2.3 Tujuan dan Sasaran Perusahaan.....	34
2.4 Strategi Perusahaan	36
2.5 Falsafah Perusahaan.....	37
2.6 Keterkaitan Antara Visi, Misi, Tujuan, Falsafah perusahaan dan Sasaran Operasional	38

BAB III MODEL DESKRIPTIF MANAJEMEN STRATEGIK

3.1 Proses Manajemen Strategi.....	40
3.2 Formulasi Strategi.....	41
3.3 Lingkungan Internal	42
3.4 Lingkungan Eksternal	44
3.5 Implementasi strategi	46
3.6 Mengorganisasi Tindakan	46
3.7 Yang harus dilakukan	47
3.8 Mengembangkan Program, Anggaran dan Prosedur	47
3.9 Evaluasi Strategi	48
3.10 Pengawasan	49
3.11 Pengukuran Kontemporer	49
3.12 Tahapan Penyusunan Matriks.....	53

BAB IV AUDITING DAN SISTEM INFORMASI

4.1 Pengantar	54
4.2 Definisi Audit.....	54
4.3 Tipe Audit.....	55
4.4 Jenis-jenis Auditor.....	55
4.5 Definisi Sistem	56
4.6 Pengertian Informasi	57
4.7 Pengertian Sistem Informasi	57
4.8 Pengertian Teknologi Informasi.....	58
4.9 Audit Sistem Informasi	58
4.10 Perkembangan dengan Pendekatan Audit Sistem Informasi.....	60
4.11 Langkah Audit Sistem Informasi.....	60
4.12 Pembahasan Pemeriksaan Pemasaran.....	66
4.13 Pembahasan Audit Keuangan	69
4.14 Audit Sumber Daya Manusia	71
4.15 Pelaksanaan Audit SDM	72
4.16 Konsep Audit	72
4.17 Rancangan Audit SDM	74
4.18 Melakukan Audit SDM	76
4.19 Laporan Audit SDM	78
4.20 Studi Kasus menggunakan Analisa SWOT pada Industri Depot Air Minum...	79

BAB V MANAJER STRATEGIK

5.1 Tanggung jawab, Tugas manajemen dan Keanggotaan Direksi	82
5.2 Struktur Organisasi	82
5.3 Manajer Strategik.....	89
5.4 Tanggung Jawab Personal Direksi	90
5.5 Pemberhentian Direksi.....	93
5.6 Tanggung Jawab Dewan Direksi	93
5.7 Aturan Pengangkatan Penggantian, dan Pencalonan Direksi	94
5.8 Fungsi Dewan Direksi pada Manajemen Strategis	94
5.9 Keanggotaan Dewan Direksi.....	94
5.10 Tanggung Jawab Manajemen Puncak.....	95
5.11 Sudut Pandang Undang - Undang Perseroan terbatas tentang Komisaris dan Direktur.....	96
5.12 Prinsip dalam Tata Kelola Perusahaan	97
5.13 Masalah yang sering dialami oleh komisaris	97
5.14 Corak Manajemen Strategik	98
5.15 Corak Manajemen Puncak	99
5.16 Keterampilan Manajerial	100
5.17 Cara Berpikir Manajerial	100
5.18 Kerangka Konseptual Manajerial	101
5.19 Sifat Pengetahuan Manajerial	102

BAB VI LINGKUNGAN EKSTERNAL DAN INTERNAL

6.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	103
6.2 Lingkungan Internal	106
6.3 Analisis Rantai Nilai (Value Chain).....	107
6.4 Pendekatan Kualitatif Matriks SWOT	108

BAB VII ANALISIS SITUASI DAN ALTERNATIF STRATEGIK

7.1 Faktor Untuk Mengevaluasi Prestasi Organisasi	112
7.2 Penilaian Strategik Perusahaan	112
7.3 Mengamati Faktor Eksternal Dan Internal Dalam Formulasi Strategi	118
7.4 Analisis Swot, Pencarian Peluang Dan Analisis Portofolio Dalam Formulasi Strategi	136

BAB VIII PENGEMBANGAN KEMAMPUAN KONSEP, METODE KASUS DAN AUDIT STRATEGIK

8.1 Kasus Sistem Kurikulum Pendidikan.....	160
8.2 Soal - Soal Strategi	175

BAB IX GLOBALISASI

9.1 Pengertian Globalisasi	182
9.2 Perubahan Ekonomi Global	183
9.3 Pengelolaan Pasar Global	184
9.4 Strategi Global	187
9.5 Implementasi Strategi Global	192

DAFTAR PUSTAKA.....	199
----------------------------	------------

BAB I

MANAJEMEN STRATEGI

1.1 Pengertian Manajemen Strategik

Pada umumnya definisi dari strategi adalah sebuah kegiatan yang terencana oleh top manajer dengan tujuan jangka panjang dari sebuah perusahaan dibarengi dengan menyusun bagaimana caranya agar sebuah perusahaan dapat meraih apa yang diharapkan dan yang menjadi tujuan (Ansoff, et, al., 2018). Definisi strategi yang lebih khusus adalah sesuatu yang dilakukan dan mengalami peningkatan secara berkesinambungan sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen untuk waktu yang akan datang (Ansoff, 2007). Maka diawali dengan sesuatu yang seringkali terjadi, bukan dimulai dari apa yang sedang terjadi. Sehingga diperlukan sikap yang cepat dan tepat dalam melakukan pemikiran yang smart pada pasar yang baru serta mempelajari terhadap pola yang berubah pada konsumen, maka sudah seharusnya perusahaan harus mengambil dan mengerahkan kemampuan inti yang ada dalam bisnis yang sedang dijalankan. Manajemen Strategik merupakan peristiwa dari beberapa kegiatan dalam mengambil kebijakan yang komprehensif dan mendasar dibarengi dengan memutuskan bagaimana menerapkannya sehingga keputusan yang telah ditetapkan bisa dijalankan semua orang yang ada pada perusahaan agar tujuan yang diinginkan dapat terwujud. Salah satu cara yang dipakai mempunyai bermacam unsur antara satu dengan yang lainnya ada keterkaitan dan dapat mempengaruhi serta berbarengan dalam bergerak menuju kearah yang tidak berlainan juga merupakan Manajemen strategik. Bagian yang lain dari ilmu Manajemen Strategik adalah akan selalu menyikapi perubahan dan situasi yang terjadi baik pada eksternalnya ataupun internal yang selanjutnya akan menentukan bagaimana caranya agar usaha yang dilakukan sesuai dengan tujuan akhir yang sudah diputuskan agar bisa secepatnya terealisasi dengan baik (Kazmi & Kazmi, 1992).

Pengertian yang dikemukakan oleh para ahli tentang Manajemen Strategik adalah :

1. Lynch (2018) mengatakan “Manajemen strategik merupakan kumpulan dari berbagai tindakan yang dapat menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) mengenai rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran sebuah organisasi/perusahaan”.
2. Parnell (2013) mengatakan bahwa “Manajemen strategi merupakan sebuah rencana yang berskala besar (perencanaan strategi) yang berorientasi jangkaun