MANAJEMEN STRATEGI PERUSAHAAN

Oleh:

ASRIANI (90500121113)

DOSEN PENGAMPU:

Dra.Hj.Nuraeni Gani.Mm

**PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR**

2021-2022

KATA PENGANTAR

Kami panjatkan puji dan syukur atas kehadiratnya Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayahnyalah sehingga kami dapat menyelesaikan tugas makalah yang berjudul "**MANAJEMEN STRATEGI PERUSAHAAN**"

Makalah ini kami susun sebagai pelengkap tugas dan mempunyai tujuan untuk menambah pengetahuan bagi pembacanya dan pihak yang terkait didalamnya. Kami menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan makalah ini. Oleh karena itu penyusun sangat membutuhkan saran serta kritik

yang membangun untuk dapat menyempurnakan makalah ini karena kami sadar tidak ada manusia yang sempurna. Dalam penyusunan makalah ini, kami juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga makalah ini dapat diselesaikan dengan baik

Penyusun

ASRIANI

DAFTAR ISI

Kata
pengantar.....

Daftar
isi.....

BAB I

Pembukaan.....

1. Latar
belakang.....

2. Rumusan
masalah.....

3. Tujuan
masalah.....

BAB II

Isi.....

A. Pengertian Manajemen
Strategis.....

B. Tujuan Manajemen
Strategis.....

C. Proses Manajemen
Strategis.....

D. Peranan Manajemen

Strategi.....

E.Manfaat Manajemen

Strategi.....

BAB III

Penutup.....

Kesimpulan.....

.

Daftar

Pustaka.....

BAB 1

PEMBUKAAN

LATAR BELAKANG

Manajemen strategis adalah seni dan ilmu penyusunan, penerapan, dan pe-
ngevaluasian keputusan-

keputusan lintas fungsional yang dapat memungkinkan suatu perusahaan
mencapai sasarannya. Manajemen strategis adalah proses penetapan tu-
juan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencap-
ai sasaran tersebut, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan
kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi. Manajemen
strategis mengkombinasikan aktivitas-

aktivitas dari berbagai bagian fungsional suatu bisnis untuk mencapai tu-
juan organisasi. Di dalam persaingan industri yang semakin maju ini perusah-
aan dituntut untuk selalu melakukan perkembangan positif di dalam tubuh
perusahaan sehingga perusahaan selalu berupaya memperbaiki diri denga-
n perencanaan strategi yang baik. produk kebutuhan konsumen perlu men-
gidentifikasi setiap kekuatan dan kelemahannya dan selalu memantau seti-
ap peluang yang mendatangkan keuntungan dan ancaman yang mendat-
angkan kerugian. Untuk memenuhi tuntutan ini terciptalah analisis SWOT (Str-
ength, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang memiliki peran penting d-
alam menetapkan suatu

Rumusan masalah

1. Apa itu manajemen perusahaan?
2. Apa tujuan manajemen strategi?
3. Bagaimana proses manajemen strategi?
4. Apa saja peran manajemen strategi?
5. Apa saja manfaat manajemen strategi?
6. Apa itu analisis swot?

Tujuan masalah

1. Menjelaskan tentang manajemen perusahaan.
2. Menjelaskan tujuan manajemen strategi
3. Memaparkan proses manajemen strategi
4. Menjelaskan peran manajemen strategi
5. Menjelaskan manfaat manajemen strategi
6. Menjelaskan pengertian analisis swot

BAB II

ISI

manajemen strategi perusahaan

A. Pengertian Manajemen Strategis

1. Pengertian manajemen secara umum

Para pakar manajemen memiliki definisi manajemen strategis masing-masing. Dari buku *Strategic Management* karya [Nicholas S. Majluk dan Arnoldo C. Hax](#), manajemen strategis bisa dimaknai sebagai cara memandu perusahaan untuk mencapai sejumlah sasaran. Mulai dari nilai & tanggung jawab korporasi, kapabilitas manajerial, hingga sistem administrasi yang berkaitan dengan pengambilan keputusan strategis dan operasional di berbagai tingkat hierarki.

Intinya, manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar bikinan manajemen tertinggi yang diaplikasikan oleh semua anggota suatu organisasi demi terwujudnya tujuan organisasi.

Manajemen puncak, tingkatan manajemen lainnya, dan bagian operasional memiliki peran masing-masing dalam menjalankan manajemen strategis. Semua komponen dalam perusahaan harus berpartisipasi dalam menyusun, menjalankan, dan mengontrol keputusan yang telah disepakati. Hasilnya tujuan bersama pun tercapai.

2. Pengertian Manajemen Pemasaran Menurut para Ahli

- Manajemen Pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan (Kotler, 1980).
- Manajemen Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, berkembang, dan mendapatkan laba. Proses pemasaran itu dimulai jauh sebelum barang-barang diproduksi, dan tidak berakhir dengan penjualan.

- Kegiatan pemasaran perusahaan harus juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan (Dharmmesta & Handoko, 1982).
- Manajemen Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang di design untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran, untuk mencapai tujuan perusahaan (Kotler & Amstrong)

B. Tujuan Manajemen Strategis

Setidaknya ada tujuh tujuan manajemen strategik seperti berikut ini.

- Memberikan arah jangka panjang perusahaan yang bakal dicapai.
- Membantu perusahaan beradaptasi pada setiap perusahaan.
- Membuat kinerja perusahaan menjadi lebih efektif.
- Mengaplikasikan dan mengevaluasi strategi yang disepakati dengan efektif dan efisien.
- Membuat strategi baru untuk menyesuaikan dengan perkembangan lingkungan eksternal.
- Meninjau ulang kelebihan dan kelemahan serta mencermati peluang dan ancaman bisnis perusahaan.
- Berinovasi pada produk dan layanan sehingga selalu disukai oleh konsumen.

C. Proses Manajemen Strategis

Idealnya, proses manajemen strategis berpedoman pada pemahaman yang mendalam dan utuh tentang pasar, lingkungan eksternal, dan kompetisi. Berikut ini tiga proses penerapan manajemen strategis dalam bisnis.

Tahap Formulasi

Membuat misi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, mengidentifikasi peluang dan tantangan eksternal, serta mengambil keputusan strategis pilihan termasuk kegiatan yang dilakukan pada tahap formulasi.

Termasuk juga pembahasan terkait bisnis baru yang akan dijalani atau

bisnis yang dihentikan.

Tahap Implementasi

Pada tahap ini Anda harus menentukan sasaran tujuan, mengelola kebijakan dan semua sumber daya, serta memotivasi pegawai. Membangun kultur yang mendukung strategi dan menciptakan struktur organisasi yang efektif pun termasuk ke dalam tahap implementasi.

Tahap Evaluasi

Ada tiga kegiatan utama pada tahap evaluasi yaitu menganalisis semua faktor internal dan eksternal, mengukur kinerja, serta menentukan tindakan perbaikan.

Tahap evaluasi diperlukan untuk mencermati sukses tidaknya strategi yang diterapkan. Evaluasi sangat diperlukan agar strategi perusahaan Anda bisa beradaptasi dengan baik pada setiap perubahan internal dan eksternal.

D. PERAN MANAJEMEN STRATEGI

Untuk meraih segala cita-cita atau tujuan yang diinginkan oleh suatu organisasi atau perusahaan maka penerapan manajemen stratejik justru sangat dibutuhkan guna apa yang diinginkan bersama dapat kita capai dengan sebaik mungkin. Peran manajemen stratejik ketika diimplementasikan dalam suatu organisasi maka setiap unit atau bagian yang ada dalam organisasi tersebut dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sebaik mungkin. Apalagi melihat perkembangan zaman sekarang ini, dimana setiap organisasi perusahaan telah melakukan ekspansi pasar guna mendapatkan keuntungan yang banyak. Semuanya itu perlu langkah strategis dan taktik yang tepat sehingga proses atau langkah yang diambil oleh pimpinan dapat dijalankan seefektif dan seefisien mungkin.

E. MANFAAT MANAJEMEN STRATEGI

Dengan menggunakan manajemen strategik sebagai suatu kerangka kerja (frame work) untuk menyelesaikan setiap masalah strategis di dalam organisasi terutama berkaitan dengan persaingan, maka peran manajer diajak untuk berpikir lebih kreatif atau berpikir secara strategik. Pemecahan masalah dengan menghasilkan dan mempertimbangkan lebih banyak alternatif yang dibangun dari suatu analisa yang lebih teliti akan

lebih menjanjikan suatu hasil yang menguntungkan.. Ada beberapa manfaat yang diperoleh organisasi jika mereka menerapkan manajemen strategis, yaitu:

- Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju.
- Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi.
- Membuat suatu organisasi menjadi lebih efektif
- Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin berubah.
- Aktivitas pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya masalah di masa datang.
- Keterlibatan anggota organisasi dalam pembuatan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya.

F. ANALISIS SWOT

1. pengertian analisis swot

Analisis SWOT merupakan suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek.

2. Manfaat Analisis Swot

Metode analisis SWOT merupakan alat yang tepat untuk menemukan masalah dari 4 (empat) sisi yang berbeda, di mana aplikasinya adalah:

- Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan dari sebuah peluang (*opportunities*) yang ada.
- Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan.
- Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada.
- Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

BAB III

Penutup

Didalam dunia Bisnis kita perlu sebuah strategi yang bisa membuat usaha kita agar tetap bertahan dan produk kita tetap digemari oleh konsumen meskipun sudah banyak pesaing, jadi perlu strategi yang baik.

Kita bis menerapkan strategi didalam perusahaan agar semua bekerjasama dalam mencapai tujuan bersama.

Didalam perusahaan seorang manajer harus bisa menerapkan strategi yang bersifat jangka panjang untuk mempersiapkan perusahaannya sedini mungkin dari keadaan yang tidak baik seperti dimasa pandemi ini agar perusahaan tidak bangkrut atau gulung tikar.

DAFTAR PUSTAKA

<https://accurate.id/marketing-manajeme>
https://www.academia.edu/signup?a_id=37233927&post_login_redirect_url=https%253A%252F%252Fwww.academia.edu%252FRegisterToDownload%253Fmobile%253Dtrue%2526work_id%253D11830395
Dari buku *Strategic Management* karya Nicholas S. Majluk dan Arnaldo C. Hax

<https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-manajemen-strategis/>