MAKALAH

MANAJEMEN STRATEGIS PERUSAHAAN

Disusun Untuk Memenuhi Tugas

Mata Kuliah : Manajemen

Dosen Pengampu: Dra. HJ. NURAENI GANI, MM.

Oleh

NUR AMALIA DAUD (90500121011)

KELAS A

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN MAKASSAR

2021

مِیْخَرَا بِنَ فَحْرَا بِهَ لَّا مَسُوبِ

Samata,06 November

Penyusun

DAFTAR ISI

Sampul.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan.....	3
BAB II PEMBAHASAN.....	4
A. Pengertian Manajemen Strategis Perusahaan.....	4
B. Karakteristik Manajemen Strategis Perusahaan.....	7
C. Manfaat Manajemen Strategis Perusahaan.....	9
D. Pembentukan Manajemen Strategis Perusahaan.....	10
E. Proses Manajemen Strategis Perusahaan.....	11
F. Pentingnya Manajemen Strategi bagi Perusahaan.....	11
BAB III PENUTUP.....	14
A. Kesimpulan.....	14
B. Saran.....	14
DAFTAR PUSTAKA.....	15

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manajemen strategis adalah seni dan ilmu penyusunan, penerapan, dan pengevaluasian keputusan-keputusan lintas fungsional yang dapat memungkinkan suatu perusahaan mencapai sasarannya manajemen strategis adalah proses penetapan tujuan organisasi, pengembangkan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai 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 tujuan organisasi.

Manajemen strategis merupakan aktivitas manajemen tertinggi yang biasanya disusun oleh dewan direksi dan dilaksanakan oleh CEO serta tim eksekutif organisasi tersebut. Manajemen strategis memberikan arahan menyeluruh untuk perusahaan dan terkait erat dengan bidang perilaku organisasi.

Manajemen strategis berbicara tentang gambaran besar. Inti dari manajemen strategis adalah mengidentifikasi tujuan organisasi, sumber dayanya, dan bagaimana sumber daya yang ada tersebut dapat digunakan secara paling efektif untuk memenuhi tujuan strategis. Manajemen strategis di saat ini harus memberikan fondasi dasar atau pedoman untuk pengambilan keputusan dalam organisasi. Ini adalah proses yang berkesinambungan dan terus-menerus. Rencana strategis organisasi merupakan dokumen hidup yang selalu dikunjungi dan kembali dikunjungi. Bahkan mungkin sampai perlu dianggap sebagaimana suatu cairan karena sifatnya yang terus harus dimodifikasi. Seiring dengan adanya informasi baru telah tersedia, dia harus digunakan untuk membuat penyesuaian dan revisi,

Menurut Thomas L. Wheelen — J. David Hunger manajemen strategi adalah serangkaian dari pada keputusan majerial dan kegiatan-kegiatan yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang. Kegiatan tersebut terdiri dari perumusan

perencanaan strategi, pelaksanaan implementasi, dan evaluasi Lingkungan dunia yang mengalami perubahan seperti adanya globalisasi, control masyarakat, perkembangan teknologi, memberikan dampak bagi perkembangan suatu negara maupun bisnis. Kontrol masyarakat terhadap pelaksanaan kegiatan pemerintahan maupun perusahaan, sehingga pemerintah maupun pemimpin perusahaan tidak dapat membuat kebijakan yang mengabaikan kepentingan masyarakat. Oleh sebab itu dalam menjalankan kegiatannya perlu adanya keselarasan antara kompetensi yang dimiliki perusahaan maupun pemerintah dengan lingkungan yang ada di luar organisasi (perusahaan dan pemerintah).

Pertimbangan global praktis berdampak pada keputusan strategis batas- batas negara diabaikan. Untuk mengetahui dan menghargai dunia dari perspektif orang lain telah menjadi masalah hidup atau mati untuk bisnis. Dengan demikian perlu adanya kegiatan dalam pengambilan keputusan yang disesuaikan antara kemampuan yang dimiliki dengan lingkungan yang ada di sekitar sehingga perlunya adanya manajemen strategi. Menopang manajemen strategis tergantung pada manajer mendapat pengertian mengenai pesaing, pasar, harga, pemasok, distributor, pemerintah, kreditor. pemegang saham dan pelanggan diseluruh dunia. Harga dan mutu dari produk dan jasa perusahaan harus dapat bersaing di seluruh dunia, bukan hanya di pasar lokal.

Persaingan yang memunculkan daya saing erat kaitannya dengan pemahaman mekanisme pasar (standar dan benchmarking), kecepatan dan ketepatan penyampaian produk (barang dan jasa) yang mampu menciptakan nilai tambah. Oleh karena itu, peningkatan daya saing organisasi bersifat unik, tetapi pada intinya dipengaruhi oleh aspek kreativitas, kapasitas, teknologi yang digunakan dan jangkauan pemasaran yang dicapai. Hal tersebut diwujudkan dari tampilan produk, produktivitas yang tinggi dan pelayanan yang baik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka adapun masalah yang akan di bahas dalam makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Apa pengertian dari manajemen strategis perusahaan?
2. Bagaimana karakteristik manajemen strategis perusahaan?
3. Apa manfaat manajemen strategis perusahaan?
4. Bagaimana pembentukan manajemen strategis perusahaan?
5. Bagaimana proses manajemen strategis perusahaan?
6. Apa pentingnya suatu manajemen strategi bagi suatu perusahaan?

C. Tujuan

Adapun tujuan yang akan dibahas dalam makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menegetahui pengertian dari manajemen strategis perusahaan?
2. Untuk menegetahui bagaimana karakteristik manajemen strategis perusahaan?
3. Untuk menegetahui apa manfaat manajemen strategis perusahaan?
4. Untuk menegetahui bagaimana pembentukan manajemen strategis perusahaan?
5. Untuk menegetahui bagaimana proses manajemen strategis perusahaan?
6. Untuk mengetahui bagaimana pentingnya suatu manajemen strategi bagi suatu perusahaan?

BAB II

PEMBAHASAN

A. Pengertian Manajemen Strategis Perusahaan

Beberapa pakar dalam ilmu manajemen mendefinisikan manajemen strategis dengan cara yang berbeda-beda. Salah satu definisinya menyebutkan manajemen strategis sebagai satu set keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana yang dirancang untuk meraih tujuan suatu perusahaan (Pearce II & Robinson, 2008).

Manajemen strategis terdiri atas sembilan tugas penting:

1. Merumuskan misi perusahaan, termasuk pernyataan yang luas mengenai maksud, filosofi, dan sasaran perusahaan.
2. Melakukan suatu analisis yang mencerminkan kondisi dan kapabilitas internal perusahaan.
3. Menilai lingkungan eksternal perusahaan, termasuk faktor persaingan dan faktor kontekstual umum lainnya.
4. Menganalisis pilihan-pilihan yang dimiliki oleh perusahaan dengan cara menyesuaikan sumber dayanya dengan lingkungan eksternal.
5. Mengidentifikasi pilihan paling menguntungkan dengan cara mengevaluasi setiap pilihan berdasarkan misi perusahaan.
6. Memilih satu set tujuan jangka panjang dan strategi utama yang akan menghasilkan pilihan paling menguntungkan tersebut
7. Mengembangkan tujuan tahunan dan strategi jangka pendek yang sesuai dengan tujuan jangka panjang dan strategi utama yang telah ditentukan.
8. Mengimplementasikan strategi yang telah dipilih melalui alokasi sumberdaya yang dianggarkan, dimana

penyesuaian antara tugas kerja, manusia, struktur, teknologi dan sistem penghargaan ditekankan.

9. Mengevaluasi keberhasilan proses strategis sebagai masukan pengambilan keputusan dimasa mendatang. Sebagaimana diindikasikan oleh kesembilan tugas tersebut, manajemen strategis mencakup perencanaan, pengarahan, pengorganisasian dan pengendalian atas keputusan dan tindakan terkait strategi perusahaan.

Sebagaimana diindikasikan oleh kesembilan tugas tersebut, manajemen strategis mencakup perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, dan pengendalian atas keputusan dan tindakan terkait strategi perusahaan (Certo 2010), mendefinisikan manajemen strategis sebagai analisis, keputusan, dan aksi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Definisi ini menggambarkan dua elemen utama manajemen strategis.

Elemen pertama, manajemen strategis dalam sebuah perusahaan berkaitan dengan proses yang berjalan (ongoing processes): analisis, keputusan, dan tindakan, Manajemen strategis berkaitan dengan bagaimana manajemen menganalisis sasaran strategis (visi, misi, tujuan) serta kondisi internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan. Selanjutnya, perusahaan harus menciptakan keputusan strategise Keputusan ini harus mampu menjawab dua pertanyaan utama, yakni industri apa yang digeluti perusahaan dan bagaimana perusahaan harus bersaing di industri tersebut. Terakhir, tindakan diambil untuk menjalankan keputusan tersebut. Tindakan yang perlu dilakukan akan mendorong manajer untuk mengalokasikan sumber daya dan merancang organisasi untuk mengubah rencana menjadi kenyataan.

Elemen kedua, manajemen strategis adalah studi tentang mengapa sebuah perusahaan mampu mengalahkan perusahaan lainnya. Manajer perlu menentukan bagaimana perusahaan bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang tidak hanya unik 4 Manajemen Strategis dan berharga, tetapi juga sulit ditiru atau dicari substitusinya sehingga mampu bertahan lama. Keunggulan kompetitif yang mampu bertahan lama biasanva didapatkan dengan melakukan aktivitas berbeda dengan apa yang dilakukan pesaing, atau melakukan aktivitas yang sama dengan cara yang

berbeda.

Manajemen strategis merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan.

Pengertian manajemen strategis menurut beberapa ahli:

- a. **Menurut Wheelen (2000)** manajemen strategis adalah serangkaian keputusan- keputusan dan tindakan-tindakan manajerial yang mengarah kepada penyusunan strategi-strategi efektif untuk mencapai tujuan perusahaan dengan analisis S.W.O.T.
- b. **Menurut Pearce II & Robinson (2008)**, manajemen strategis adalah kumpulan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi} rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.
- c. **Roudledge Schuler. R.S (2010)**, "Titik temu yang dirumuskan suatu organisasi antara sumberdaya dan keahlian internalnya dan kesempatan serta risiko yang terbentuk melalui lingkungan eksternalnya"

Proses untuk membantu organisasi dalam mengidentifikasi apa yang ingin mereka capai, dan bagaimana seharusnya mereka mencapai hasil yang bernilai. Besarnya peranan manajemen strategis semakin banyak diakui pada masa-masa ini dibanding sebelumnya. Dalam perekonomian global yang memungkinkan pergerakan barang dan jasa secara bebas di antara berbagai negara, perusahaan-perusahaan terus ditantang untuk semakin kompetitif, Seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuan. (David, 2012).

Porter (2012) menyebut, sesuatu yang membuat perusahaan secara keseluruhan berjumlah lebih dari bagian-bagian dengan demikian ada unsur sinergi di dalamnya.

Dari pengertian-pengertian yang cukup luas tersebut

menunjukkan bahwa manajemen strategis merupakan suatu rangkaian aktivitas terhadap pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan komprehensif. dan disertai dengan penetapan cara aplikasinya yang dibuat oleh pimpinan dan juga dilaksanakan oleh seluruh pihak- pihak yang terlibat di dalam suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Manajemen strategis ini juga merupakan suatu sistem yang digunakan sebagai satu kesatuan dalam memiliki beragam komponen saling berkaitan dan memengaruhi satu sama lain serta bergerak secara serentak menuju arah yang sama pula.

Manajemen strategis berdasarkan pada seluruh ruang lingkup pekerjaannya, dengan demikian dapat dimanfaatkan secara baik untuk lingkungan makronya, misalnya di dalam manajemen pemerintahan dan juga dapat dimanfaatkan pula untuk di lingkungan mikronya seperti di dalam manajemen perusahaan atau organisasi.

Akan tetapi di sini hanya perlu dipahami bahwa di dalam penggunaan ruang lingkup makro dan mikro ada sejumlah perbedaan yang begitu mendasar meliputi sebagai berikut:

1. Kebijakan makro yang harus digunakan dan diperhatikan yaitu subjek dan objek dalam suatu manajemen tersebut adalah yang berupa para masyarakat yang bersifat aggregate. sedangkan untuk ruang lingkup mikro, maka perhatiannya pun terhadap subjek dan objek di suatu manajemen berupa individual rumah tangga perusahaan atau para pelanggan yang memakai hasil produksi.
2. Di samping itu mengenai prinsip kerja untuk manajemen strategis makro kemungkinannya perhatian mengarah pada efektivitas sedangkan pada manajemen strategis yang rangkumannya secara mikro maka harus sesuai kepada prinsip kerja efisiensinya.

Pada bab 1 ini akan mengeksplorasi manajemen strategis yang dianggap sebagai satu tipe spesifik dari suatu perencanaan di dalam buku Manajemen Strategis ini. Misalnya, jika ada minimal dua buah perusahaan yang beroperasi dengan produk (barang dan

jasa) yang sama, maka Salah satu di antaranya ingin keluar sebagai pemenang dalam persaingan bisnisnya. Sebagai pemenang dalam dunia bisnis seringkali diartikan mendapat pangsa pasar (market Share) terbesar yang nantinya akan memiliki kekuatan monopoli dan jika monopoli dilarang oleh pemerintah maka minimal perusahaan tersebut menjadi perusahaan berstatus pemimpin atau penentu harga (price setter atau price leader). Masing-masing pihak akan selalu berusaha untuk memenangkan persaingan dan melakukan analisis tentang kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity) dan ancaman (threats) satu sama lain. Kelemahan dirinya dan ancaman dari perusahaan pesaing akan selalu dianalisis dan diantisipasi yang kemudian akan diperbaiki agar tidak mudah diserang atau ditundukkan oleh perusahaan pesaing. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa inti dari manajemen strategi adalah memenangkan persaingan. Karena manajemen strategi selalu berusaha memenangkan persaingan, maka mau tidak mau perusahaan harus senantiasa menganalisis diri dan memperbaiki diri agar lebih baik dari perusahaan pesaing.

B. Karakteristik Manajemen Strategis Perusahaan

Manajemen strategis ini sungguh berbeda dengan lainnya. Manajemen strategis senantiasa menyikapi dinamika terjadinya suatu perubahan lingkungan sehingga dapat berpengaruh terhadap implementasi manajemen itu sendiri serta berupaya untuk merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan. Sejalan dengan hal tersebut, berikut ini akan dipaparkan berbagai karakteristik manajemen strategis:

1. Manajemen strategis bersifat jangka panjang.
2. Manajemen strategis bersifat dinamik,
3. Manajemen strategis merupakan sesuatu yang berpadu oleh manajemen operasional.
4. Manajemen strategis perlu dimotori oleh unsur-unsur pada manajer tingkat puncak,
5. Manajemen strategis berorientasi dan mendekati untuk masa depan.

6. Manajemen strategis senantiasa harus didorong dan didukung dalam pelaksanaannya oleh sernua sumber daya ekonomi yang tersedia.

Untuk menghadapi era globalisasi ekonomi, maka kegiatan dalam berusaha bukan saja dibatasi oleh lingkup Batas negara nasional sehingga untuk tingkat perubahan lingkungan serta dinamika yang secara langsung atau tidak langsung akan memengaruhi manajemen dan kehidupan pekerjaan kemudian dengan sendirinya para pemimpin perusahaan harus dapat menyikapinya dengan melakukan penyesuaian yang penuhkebijakan. Untuk itu seharusnya setiap pemimpin dalam perusahaan akan melaksanakan manajemen strategis bagi perusahaannya.

Di Sisi lain isu global memengaruhi hampir semua keputusan strategis. Batasan antarnegara kini tidak lagi nampak. Fondasi manajemen strategis terletak pada kemampuan manajer dalam mengerti pesaing, pasar, harga, pemasok, distributor, pemerintah, kreditor' pemegang saham, dan pelanggan di seluruh dunia. Harga dan kualitas produk harus kompetitif secara global, bukan hanya lokal.

Electronic Commerce (E-commerce) telah menjadi alat penting dalam manajemen strategis. E-commerce meminimalisir pengeluaran serta waktu bahkan jarak dan ruang untuk menjalankan bisnis, sehingga menghasilkan pelayanan pelanggan yang lebih baik* efisiensi, perbaikan produk, dan profitabilitas yang lebih tinggi. Lingkungan hidup telah menjadi isu manajemen strategis yang penting. Pemanasan global, bioterorisme, dan meningkatnya polusi menyadarkan bahwa untuk bisnis dan manusia mungkin tidak ada ancaman yang paling besar selain eksploitasi terus-menerus dan menurunnya kualitas lingkungan alam kita.

C. Manfaat Manajemen Strategis Perusahaan

Manajemen strategis memungkinkan suatu organisasi untuk proaktif dalam membentuk masa depannya; memungkinkan sebuah perusahaan memulai dan 8 Manajemen Strategis memengaruhi (bukan sekadar respons) aktivitas dengan demikian memiliki

kontrol terhadap nasibnya. Secara historis manfaat utama manajemen strategis telah membantu organisasi memformulasikan strategi yang lebih baik dengan menggunakan pendekatan yang lebih sistematis, logis, dan rasional untuk pilihan strategi. Dengan demikian diharapkan makin banyak institusi dan korporasi yang menggunakan manajemen strategis untuk membuat keputusan yang efektif. Meski demikian, manajemen strategis tidak selalu menjamin keberhasilan, dan menjadi disfungsional apabila digunakan secara sembarangan.

1. Manfaat Finansial

Penelitian mengindikasikan bahwa organisasi yang menggunakan konsep manajemen strategis lebih menguntungkan dan berhasil dibandingkan organisasi lain yang tidak menggunakannya. Bisnis yang menggunakan konsep manajemen strategis menunjukkan perbaikan yang signifikan dalam penjualan, profitabilitas, dan produktivitas dibandingkan dengan perusahaan tanpa aktivitas perencanaan yang sistematis. Perusahaan dengan sistem perencanaan yang sangat mirip dengan teori manajemen strategis, menunjukkan kinerja keuangan jangka panjang yang lebih baik dibanding industrinya.

2. Manfaat Nonfinansial

Manajemen strategis juga menawarkan manfaat yang nyata lainnya, seperti meningkatnya kesadaran atas ancaman eksternal, pemahaman yang lebih baik atas strategi pesaing, meningkatnya produktivitas karyawan, mengurangi keengganan untuk berubah, dan pengertian yang lebih baik atas hubungan antara kinerja dan penghargaan.

Manajemen strategis meningkatkan kemampuan organisasi untuk menghindari masalah karena ia membantu interaksi antarmanajer di semua divisi dan fungsi. Manajemen strategis dapat memperbaiki kepercayaan atas strategi bisnis saat ini, atau menunjukkan kapan dibutuhkan tindakan korektif.

D. Pembentukan Manajemen Strategis Perusahaan

Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani, *strategos* (stratos

militer dan ag memimpin) yang berarti generalship atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang, Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama Clausewitz. Maka tidak mengherankan apabila istilah strategi sering digunakan dalam kancah peperangan. Apabila istilah strategi

digunakan pertama kali dalam dunia militer.

Secara umum, kita mendefinisikan strategi sebagai suatu cara mencapai tujuan. Menurut Clausewitz (2013), strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang, Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Tugas pertama dalam manajemen strategis pada umumnya adalah kompilasi dan penyebarluasan pernyataan misir Aktivitas ini mendokumentasikan kerangka dasar organisasi dan mendefinisikan lingkup aktivitas yang hendak dijalankan oleh organisasi. Setelah itu, organisasi bersangkutan akan melakukan pemindaian lingkungan untuk membangun keselarasan dengan pernyataan misi yang telah dibuat.

Pembentukan strategi adalah kombinasi dari tiga proses utama sebagai berikut:

1. Melakukan analisis situasi, evaluasi diri dan analisis pesaing: baik internal maupun eksternal; baik lingkungan mikro maupun makro.
2. Bersamaan dengan penaksiran tersebut, tujuan dirumuskan Tujuan ini harus bersifat paralel dalam rentang jangka pendek dan juga jangka panjang. Maka di sini juga termasuk di dalamnya penyusunan pernyataan visi (cara pandang jauh ke depan dari masa depan yang dimungkinkan), pernyataan misi (bagaimana peran organisasi terhadap lingkungan publik), tujuan perusahaan secara umum (baik finansial maupun strategis), tujuan unit bisnis strategis (baik finansial maupun strategis), dan tujuan taktis.

E. Proses Manajemen Strategis Perusahaan

Manajemen strategis menurut Wheelen & Hunger (2008) adalah rangkaian langkah, keputusan dan tindakan perusahaan yang menentukan kinerja jangka panjang perusahaan. Manajemen strategis yang baik akan dapat membawa organisasi untuk dapat mengimplementasikan strateginya melalui perencanaan program, proses budgeting, sistem manajemen kinerja, perubahan pada struktur organisasi serta manajemen program dan proyek

Hunger, (2009) juga menuliskan bahwa seiring dengan berjalannya waktu, manajemen strategis berevolusi sebagai berikut;

Tahap 1: Basic financial planning, yaitu perencanaan perusahaan yang didasarkan pada perencanaan keuangan. Secara umum disebut sebagai sistem manajemen berdasarkan budget. Sistem ini merupakan sistem yang paling tradisional, dan sangat berorientasi pada jangka pendek, yaitu satu tahun.

Tahap 2: Forecast-based planning, yaitu pengembangan dari sistem di atas, karena digunakan untuk perencanaan jangka panjang, akibat kelemahan sistem budget yang terbatas pada jangka pendek. Di sini mulai diperhitungkan kondisi eksternal dengan porsi lebih besar. Basisnya adalah proyeksi perusahaan di masa mendatang.

Tahap 3: Strategic Planning, yaitu pengembangan dari forecast-based planning, dengan mempertimbangkan kondisi pasar dan persaingan. Di sini perusahaan sudah mempertimbangkan bagaimana caranya (strateginya) untuk dapat memenangkan pasar. Proses formulasi strategi dilakukan pada jajaran manajemen, sementara implementasi dan pelaksanaan dilakukan oleh jajaran pelaksana. Prosesnya dilakukan secara top-down

Tahap 4: Strategic Management, yang merupakan pengembangan dari strategic planning. Di sini masukan dari level bawah juga dipertimbangkan. Prosesnya tidak hanya berkonsentrasi pada formulasi strategi namun juga diperhatikan secara seksama proses implementasinya.

F. Pentingnya Manajemen Strategis Perusahaan

Beberapa alasan utama tentang pentingnya peranan strategi manajemen bagi perusahaan atau organisasi, yaitu

1. Memberi arah jangka panjang yang akan dituju.
2. Membantu perusahaan atau organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi.
3. Membuat suatu perusahaan atau organisasi menjadi lebih aktif.
4. Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu perusahaan atau organisasi dalam lingkungan yang semakin kompetitif. Aktivitas yang tumpang tindih akan dikurangi,
5. Keengganan untuk berubah dari karyawan lama dapat dikurangi.
6. Keterlibatan karyawan dalam perubahan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya.
7. Kegiatan pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan atau organisasi tersebut untuk mencegah munculnya masalah di masa mendatang.

Dengan manajemen strategi diharapkan strategi benar-benar dapat dikelola sehingga strategi dapat diimplementasikan untuk mewarnai dan mengintegrasikan semua keputusan dan tindakan dalam organisasi secara menyeluruh. Tahapan kegiatan untuk menjalankan strategi adalah sebagai berikut

1. Perumusan strategi

Perumusan strategi adalah proses memilih tindakan utama (strategi) untuk mewujudkan misi organisasi. Proses mengambil keputusan untuk menetapkan strategi seolah-olah merupakan konsekuensi mulai dan penetapan visi misi sampai terealisasinya program.

2. Perencanaan tindakan

Langkah pertama untuk mengimplementasikan strategi yang telah ditetapkan adalah pembuat perencanaan strategi. Inti dari apa yang dilakukan pada tahapan ini adalah bagaimana membuat rencana pencapaian (sasaran) dan rencana kegiatan (program dan anggaran) yang benar-benar sesuai dengan arahan (visi, misi, goal) dan strategi yang telah ditetapkan organisasi.

3. Implementasi

Untuk menjamin keberhasilan strategi yang telah berhasil dirumuskan harus diwujudkan dalam tindakan implementasi yang cermat. Strategi dan unsur- unsur organisasi yang lain harus sesuai, strategi harus tercermati pada rancangan struktur budaya organisasi, kepemimpinan dan sistem pengelolaan sumber daya manusia. Karena strategi diimplementasikan dalam suatu lingkungan yang terus berubah, maka implementasi yang sukses menuntut pengendalian dan evaluasi pelaksanaan. Sehingga jika diperlukan dapat dilakukan tindakan-tindakan perbaikan yang tepat.

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Inti dari manajemen strategis perusahaan adalah memenangkan persaingan., karena manajemen strategis selalu berusaha memenangkan persaingan, maka mau tidak mau perusahaan harus senantiasa menganalisis diri dan memperbaiki diri agar tampil lebih baik dari perusahaan pesaing.

Manajemen strategis memiliki karakteristik seperti; bersifat jangka panjang dan dinamis, berkaitan erat dengan manajemen operasional, selalu dimotori oleh unsur-unsur pada manajer tingkat puncak, berorientasi masa depan, dan dalam pelaksanaannya, didukung oleh semua sumber daya ekonomi yang tersedia.

B. Saran

Untuk menjalankan manajemen puncak seseorang dituntut untuk memiliki kecakapan dan wawasan yang beragam, untuk itu untuk menduduki posisi tersebut seseorang dituntut memiliki pengalaman -- pengalaman yang panjang di bidang ini, Dan untuk menduduki posisi manajemen puncak ini harus memiliki tanggung jawab besar.

DAFTAR PUSTAKA

https://books.google.com/books/about/Manajemen_Strategis.html?hl=id&id=vKk5DgAAQBAJ

<https://id.scribd.com/document/349475674/MAKALAH-PROSES-MANAJEMEN-STRATEGI-docx>