

MANAJEMEN STRATEGI

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

MANAJEMEN STRATEGI

**Saefudin Zuhdi
Arnold Sultantio Hutabarat
Henry Sumurung Octavian**



MANAJEMEN STRATEGI

**Saefudin Zuhdi
Arnold Sultantio Hutabarat
Henry Sumurung Octavian**

Desain Cover:
Yayan Sopian

Sumber:
Meta AI

Editor:
Mumuh Mulyana

Ukuran:
x, 246 hlm, Uk: 15,5x23 cm

ISBN:

Cetakan Pertama:
April 2025

Copyright @2025 pada Penulis



PENERBIT KESATUAN PRESS

Anggota IKAPI (366/Anggota Luar Biasa/JBA/2020)

Kampus IBI Kesatuan

Jalan Ranggagading No. 1 Bogor 16123

Email: kesatuanpress@ibik.ac.id

Kata Pengantar Penerbit

Dengan penuh rasa syukur, kami menghadirkan buku *Manajemen Strategi* sebagai salah satu referensi penting dalam bidang manajemen dan bisnis. Buku ini disusun untuk memberikan wawasan mendalam tentang konsep, formulasi, implementasi, serta evaluasi strategi bisnis yang relevan dengan dinamika lingkungan usaha saat ini. Dalam era globalisasi dan digitalisasi, pemahaman mengenai strategi yang efektif menjadi kunci utama bagi para profesional, akademisi, dan mahasiswa yang ingin mengembangkan keunggulan kompetitif dalam dunia bisnis.

Dengan pendekatan yang sistematis, buku ini membahas berbagai konsep fundamental, teori terbaru, serta studi kasus dari perusahaan-perusahaan yang telah berhasil menerapkan strategi bisnis secara efektif. Kami berharap buku ini dapat menjadi panduan bagi pembaca dalam memahami bagaimana strategi bisnis dapat dirancang, diimplementasikan, serta dievaluasi guna mencapai tujuan organisasi secara optimal.

Sebagai penerbit, kami berkomitmen untuk terus menghadirkan karya-karya berkualitas yang dapat memberikan kontribusi nyata bagi dunia pendidikan dan praktik bisnis. Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam proses penyusunan dan penerbitan buku ini, termasuk penulis, editor, serta tim produksi yang telah bekerja keras dalam menghasilkan buku ini dengan kualitas terbaik.

Hormat Kami,
Penerbit Kesatuan Press

Prakata

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga buku ini, yang berjudul *Manajemen Strategi*, dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompleks dan dinamis, pemahaman yang mendalam tentang manajemen strategi menjadi sangat penting bagi para akademisi, praktisi bisnis, maupun mahasiswa yang ingin mengembangkan wawasan strategis dalam pengambilan keputusan. Buku ini dirancang untuk menyajikan pendekatan konseptual yang kuat, disertai dengan studi kasus, tren terbaru, serta analisis kritis terhadap berbagai strategi bisnis yang telah diterapkan oleh perusahaan di berbagai sektor.

Kami berupaya menghadirkan materi yang sistematis dan aplikatif dengan harapan dapat memberikan manfaat yang nyata bagi pembaca. Buku ini terdiri dari beberapa bagian utama, dimulai dari konsep dasar manajemen strategi, formulasi dan implementasi strategi, hingga pengukuran kinerja strategis dan tantangan masa depan. Selain itu, aspek keberlanjutan, inovasi, serta peran teknologi dalam strategi bisnis juga mendapat perhatian khusus dalam buku ini.

Akhir kata, semoga buku ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat serta menjadi referensi yang berguna bagi siapa saja yang ingin mendalami ilmu manajemen strategi. Selamat membaca dan semoga sukses dalam perjalanan akademik dan profesional Anda.

Bogor, 16 Maret 2025

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar Penerbit.....	v
Prakata	vi
Daftar Isi	vii
Bab 1 : Pendahuluan Manajemen strategi	1
Bab 2: Lingkungan Eksternal dan Internal Yang Mempengaruhi Strategi Bisnis	9
2.1 Faktor Eksternal dan Internal Yang Mempengaruhi Strategi Bisnis.....	9
2.2 Analisis Lingkungan Makro Dalam Manajemen Strategi	11
2.3 Analisis Lingkungan Industri Dalam Manajemen Strategi	17
Bab 3: Analisis Internal dan Keunggulan Kompetitif. 23	
3.1 Sumber Daya, Kapabilitas, Dan Kompetensi Inti Dalam Manajemen Strategi	23
3.2 Analisis SWOT Dalam Strategi Bisnis	25
3.3 Keunggulan Kompetitif dan Keberlanjutan Bisnis	38
Bab 4: Visi, Misi, dan Tujuan Strategis	41
4.1 Penyusunan Visi dan Misi Yang Efektif.....	41
4.2 Perumusan Tujuan Jangka Pendek dan Jangka Panjang	45
4.3 Hubungan Antara Visi, Misis dan Strategi Bisnis.....	49

Bab 5:	Formulasi Strategi Bisnis	53
5.1	Strategi Generik Porter: Pilar Keunggulan Kompetitif Dalam Bisnis.....	53
5.2	Strategi Pertumbuhan Bisnis: Pilar Ekspansi dan Keberlanjutan Perusahaan	56
5.3	Strategi Kompetitif Dalam Lingkungan Bisnis Global: Membangun Daya Saing di Pasar Internasional	60
Bab 6:	Implementasi Strategi	65
6.1	Proses Implementasi Strategi Dalam Organisasi	65
6.2	Struktur Organisasi Dan Peran Kepemimpinan Dalam Eksekusi Strategi	70
6.3	Hambatan Dalam Implementasi Strategi dan Cara Mengatasinya	75
Bab 7:	Evaluasi Dan Pengendalian Strategi	81
7.1	Pengukuran Kinerja Strategi Bisnis.....	81
7.2	Balanced Score Card dan Key Performance Indicators.....	87
7.3	Perbaikan Strategi Berdasarkan Evaluasi Kinerja.....	96
Bab 8:	Strategi Di Era Digital dan Inovasi Teknologi	105
8.1	Pengaruh Digitalisasi Terhadap Strategi Bisnis.....	105
8.2	Inovasi Sebagai Faktor Utama Dalam Keunggulan Kompetitif.....	109
8.3	Strategi Digital Dan Transformasi Bisnis.....	112

Bab 9:	Manajemen Strategi Korporasi.....	119
9.1	Perbedaan Strategi Bisnis dan Strategi Korporasi.....	119
9.2	Diversifikasi Usaha dan Manajemen Portofolio Bisnis.....	121
9.3	Sinergi Antar Unit Bisnis Dalam Perusahaan.....	125
Bab 10:	Kepemimpinan Strategis Dan Pengambilan Keputusan	131
10.1	Peran Pemimpinan Dalam Manajemen Strategi.....	131
10.2	Pengambilan Keputusan Strategis Berbasis Data.....	140
10.3	Studi Kasus Kepemimpinan Dalam Manajemen Strategi.....	145
Bab 11:	Manajemen Risiko Dalam Strategi Bisnis.....	149
11.1	Identifikasi Dan Analisis Risiko Strategis	149
11.2	Manajemen Krisis dan Mitigasi Risiko Bisnis.....	152
11.3	Strategi Adaptasi Terhadap Perubahan Lingkungan Bisnis	156
Bab 12:	Aliansi Strategis Dan Ekspansi Global.....	161
12.1	Jenis-jenis Aliansi Strategis dan kemitraan Bisnis.....	161
12.2	Strategi Ekspansi Internasional Dan Globalisasi Bisnis	167
12.3	Studi Kasus Perusahaan Yang Sukses Dalam Ekspansi Global.....	171

Bab 13:	Manajemen Strategi Berkelanjutan	177
13.1	Konsep dan Prinsip Berkelanjutan	177
13.2	Model Triple Bottom Line	179
13.3	Masa Depan Manajemen Strategi Berkelanjutan	182
13.4	Regulasi dan Kebijakan Terkait Keberlanjutan	187
13.5	Pengukuran dan Evaluasi Strategi Berkelanjutan	192
13.6	Studi Kasus Perusahaan Dengan Strategi Berkelanjutan	197
13.7	Dampak Keberlanjutan Terhadap Keunggulan Kompetitif	200
Bab 14:	Etika Dan Tanggungjawab Sosial Dalam Strategi	205
14.1	Peran Etika Dalam Pengambilan Keputusan Strategis	205
14.2	Corporate Social Responsibility Dan Strategi Bisnis	208
Bab 15:	Penelitian Dalam Manajemen Strategi	213
15.1	Metode Penelitian Dalam Studi Strategi Bisnis	213
15.2	Teknik Analisis Data dan Pengukuran Strategi	216
15.3	Tren Riset Terkini Dalam Manajemen Strategi	220
15.4	Contoh Penelitian Strategis Di Dunia Bisnis	224
Bab 16:	Masa Depan Manajemen Strategi	229
16.1	Tren dan Tantangang Masa Depan Dalam Manajemen Strategi	229

16.2 Peran Kecerdasan Buatan dan Big Data Dalam Strategi Bisnis	232
16.3 Studi Kasus Perusahaan Yang Berhasil Beradaptasi Dengan Perubahan	234

DAFTAR PUSTAKA	237
-----------------------------	------------

PROFIL PENULIS	243
-----------------------------	------------

