

MANAJEMEN STRATEGIS DALAM ERA GLOBALISASI

A. Rozi

Fakultas Ekonomi, Universitas Adiwangsa Jambi

ABSTRAK

Era globalisasi adalah era dimana jarak tidak lagi menjadi hambatan untuk melakukan berbagai kegiatan di semua bidang, terutama bisnis. Tulisan ini mencoba mengupas hal-hal yang berhubungan dengan itu dengan merujuk dari sumber-sumber pustaka yang relevan. Adapun pembahasan yang dicoba kemukakan adalah sebagai berikut: (1) Apa pengertian manajemen strategis?; (2) Apa manfaat manajemen strategis?; (3) apa manfaat belajar manajemen strategis?; dan (4) Bagaimana implementasi manajemen strategis dalam era globalisasi?

Kata Kunci: manajemen, strategies, globalisasi

PENDAHULUAN

Globalisasi berdampak pada semua aspek kehidupan manusia seperti aspek sosial, politik bahkan ekonomi. Dalam aspek ekonomi, globalisasi menuntut semua kita terutama pelaku bisnis atau usaha untuk melakukan strategi antisipatif guna memenangkan persaingan global karena makna globalisasi itu sendiri bisa berarti proses kapital raksasa global berbisnis ke seluruh dunia tanpa hambatan (*no entry barriers*). Pertimbangan global praktis berdampak pada keputusan strategis sehingga batas-batas negara diabaikan. Untuk mengetahui dan menghargai dunia dari perspektif orang lain telah menjadi masalah hidup atau mati untuk bisnis. Oleh karena itu, perlu adanya manajemen strategi sehingga kegiatan dalam pengambilan keputusan yang disesuaikan antara kemampuan yang dimiliki dengan lingkungan yang ada di sekitar bisa optimal. Selanjutnya, manajemen strategis dalam era global mencakup sejumlah faktor seperti pesaing, pasar, harga, pemasok, distributor, pemerintah, kreditor, pemegang saham dan pelanggan diseluruh dunia. Implikasinya adalah harga dan mutu dari produk dan jasa perusahaan harus dapat bersaing di seluruh dunia, bukan hanya di pasar lokal.

Persaingan yang ketat berkaitan dengan pemahaman mekanisme pasar (standar dan benchmarking), kecepatan dan ketepatan penyampaian produk (barang dan jasa) harus mampu menciptakan nilai tambah. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan daya saing organisasi bersifat unik yang pada intinya dipengaruhi oleh aspek kreativitas, kapasitas, teknologi yang digunakan dan jangkauan pemasaran yang dicapai. Semua itu bisa terlihat dari tampilan produk, produktivitas yang tinggi dan pelayanan yang baik.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut;

1. Apa pengertian manajemen strategis?

2. Apa manfaat manajemen strategis?
3. Apa manfaat belajar manajemen strategis?
4. Bagaimana implementasi manajemen strategis dalam era globalisasi?

Pembahasan

PEMBAHASAN

Pengertian Manajemen Strategis

Pada bagian ini akan dipaparkan definisi manajemen strategis yang dikutip dari beberapa ahli dan dari berbagai sumber. Pertama, Menurut David (2002:5) dalam Rivai (2015:1) manajemen strategis adalah seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional untuk mencapai tujuan organisasi. Yang dimaksud keputusan lintas fungsional adalah keputusan manajemen berdasarkan perpaduan manajemen pemasaran, manajemen produksi, manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia dan sistem informasi manajemen.

Kemudian, Pearce II dan Robinson (2007:5) dalam Rivai (2015:1) menyebutkan manajemen strategis adalah satu set keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi yang dirancang untuk meraih tujuan suatu perusahaan.

Masih bersumber dari Rivai (2015:1), Hill and Jones (1998:3) menjelaskan bahwa “*A strategy is a specific pattern of decisions and actions that managers take to achieve an organization’s goals*”.

Manajemen strategik adalah sebagai usaha manajerial menumbuh kembangkan kekuatan perusahaan untuk mengeksploitasi peluang bisnis yang muncul guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sesuai dengan visi yang telah ditentukan. Pengertian ini juga mengandung implikasi bahwa perusahaan berusaha mengurangi kelemahannya dan berusaha melakukan adaptasi dengan lingkungan bisnisnya. Pengertian tersebut juga menunjuk bahwa perusahaan berusaha untuk mengurangi efek negatif yang ditimbulkan oleh ancaman bisnis. Inti persoalan yang hendak dicari solusinya oleh manajemen strategik adalah keunggulan kinerja perusahaan Collins dan Porras (1997), Marcus (2006), Peters dan Waterman, Jr, (1982) dalam Suwarsono Muhammad (1994:6-7).

Selanjutnya, 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.

Barney, (2007:27) dalam Handayani (2016) Manajemen strategis (strategic management) dapat dipahami sebagai proses pemilihan dan penerapan strategi-strategi.

Sedangkan strategi adalah pola alokasi sumber daya yang memungkinkan organisasi-organisasi dapat mempertahankan kinerjanya.

Grant, (2008:10) dalam Handayani (2016) Strategi juga dapat diartikan sebagai keseluruhan rencana mengenai penggunaan sumber daya-sumber daya untuk menciptakan suatu posisi menguntungkan. Dengan kata lain, manajemen strategis terlibat dengan pengembangan dan implementasi strategi-strategi dalam kerangka pengembangan keunggulan bersaing.

Michael A. Hitt & R. Duane Ireland & Robert E. Hoslisson (2006;55) dalam Handayani (2016) Manajemen strategis adalah proses untuk membantu organisasi dalam mengidentifikasi apa yang ingin mereka capai, dan bagaimana seharusnya mereka mencapai hasil yang bernilai. Selanjutnya Muhammad (2013: 6) dengan memakai kata strategik, yang menurut penulis sama saja dengan kata strategis menambahkan bahwa manajemen strategik dapat diartikan sebagai usaha manajerial menumbuhkembangkan kekuatan perusahaan untuk mengeksploitasi peluang bisnis yang muncul guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sesuai dengan visi yang telah ditentukan.

Dari berbagai definisi di atas dapat ditarik benang merah yaitu manajemen strategis mengandung makna adanya pemanfaatan peluang bisnis dengan perencanaan yang matang dalam melakukan setiap tindakan dan pengambilan keputusan sehingga tujuan yang ditargetkan bisa terwujud sesuai harapan.

Manfaat Manajemen Strategik

Ada beberapa manfaat yang diperoleh organisasi jika mereka menerapkan manajemen strategik, yaitu:

1. Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju.
2. Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi.
3. Membuat suatu organisasi menjadi lebih efektif.
4. Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin beresiko.
5. Aktifitas pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya masalah di masa datang.
6. Keterlibatan anggota organisasi dalam pembuatan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya.
7. Aktifitas yang tumpang tindih akan dikurangi.

Menurut Rivai (2015:6) manfaat manajemen strategi dapat dibagi menjadi 2 (dua), yaitu

1. Manfaat Keuangan;
 - a. Dapat meningkatkan penjualan.
 - b. Dapat meningkatkan profitabilitas.
 - c. Dapat meningkatkan perputaran harta.
 - d. Dapat meningkatkan likuiditas.
2. Manfaat Non Keuangan;
 - a. Meningkatkan kesadaran terhadap ancaman luar.
 - b. Meningkatkan pemahaman terhadap strategi pesaing.
 - c. Meningkatkan produktivitas karyawan.
 - d. Peka terhadap perubahan.
 - e. Memahami hubungan antara imbalan dan prestasi.

Kemudian, Menurut Taufiqurrahman (2016:69-70) manajemen strategik memiliki beberapa manfaat, di antaranya adalah :

1. Manajemen Strategik setidaknya bisa mencegah terjadinya berbagai macam masalah di dalam maupun diluar perusahaan serta meningkatkan kemampuan perusahaan didalam menghadapi sebuah masalah.
2. Manajemen Strategik bisa membuat kondisi atas penolakan terhadap suatu perubahan dapat berkurang.
3. Manajemen Strategik membuat perusahaan akan bisa melaksanakan seluruh aktivitas operasionalnya secara lebih efisien serta efektif.
4. Keterlibatan tenaga kerja atau karyawan perusahaan terhadap perumusuan strategi bisa memperbaiki pengertian karyawan atas penghargaan sebuah produktivitas dalam tiap perencanaan strategi sehingga ujungnya bisa meningkatkan motivasi kerja dan rasa kebersamaan antar-karyawan.
5. Seluruh keputusan yang dijalankan oleh para manajer didalam perusahaan cenderung lebih tepat, hal ini dikarenakan seluruhnya didasarkan pada perencanaan yang sudah matang dan sudah memperhitungkan seluruh aspek yang terkait.
6. Manajemen Strategik akan membuat pihak manajemen perusahaan akan menjadi bertambah peka terhadap ancaman yang bisa datang dari luar lingkungan perusahaan.
7. Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditunjukkan bahwa perusahaan yang mempergunakan konsep manajemen strategi lebih *profitable* dari pada perusahaan yang tidak menerapkan manajemen strategik.
8. Kegiatan kegiatan yang saling tumpang tindih akan berkurang.

9. Manajemen Strategik dapat membantu perusahaan bisa dengan mudah beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi, dan keengganan dari karyawan lama untuk berubah bisa dikurangi.
10. Manajemen Strategik dapat mengidentifikasi keunggulan komparatif perusahaan didalam lingkungan yang makin beresiko.
11. Manajemen Strategik memberikan arah perusahaan jangka panjang yang jelas yang nanti akan dituju.
12. Bisa membantu perusahaan dalam menyusun strategi perusahaan yang lebih baik dengan mempergunakan pendekatan yang jauh lebih sistematis, rasional, logis, rasional pada pilihan strategis, David [2002:15].
13. Manajemen Strategi adalah sebuah proses dan bukanlah keputusan ataupun dokumen.
14. Tujuan utama dari sebuah proses adalah untuk mencapai pengertian serta komitmen dari semua pihak manajer dan karyawan.
15. Suatu proses menyediakan pemberdayaan individual.
16. Pemberdayaan merupakan kegiatan dalam memperkuat pengertian dari karyawan tentang efektivitas dengan cara mendorong serta menghargai mereka para karyawan untuk bisa berpartisipasi didalam pengambilan suatu keputusan dan latihan yang inisiatif serta imajinasi.
17. Mendatangkan laba.
18. Meningkatkan kesadaran terhadap ancaman eksternal.
19. Manajemen Strategi bisa memberikan pemahaman yang lebih baik tentang strategi dari pesaing.
20. Manajemen Strategi dapat meningkatkan produktivitas para karyawan
21. Manajemen Strategi bisa membuat berkurangnya penolakan terhadap suatu perubahan dalam perusahaan.
22. Manajemen Strategi bisa memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang hubungan prestasi dan penghargaan.

Menurut Greenley, dalam Taufiqurokhman (2016:69-70) manfaat manajemen strategis akan dirasakan perusahaan seperti berikut :

1. Manajemen Strategi memungkinkan untuk mengidentifikasi, menentukan prioritas, eksploitasi peluang yang ada.
2. Dapat memberikan suatu pandangan yang objektif terhadap masalah manajemen.
3. Mencerminkan kerangka kerja (*frame work*) dalam aktivitas kontrol serta koordinasi yang jauh lebih baik.

4. Manajemen strategi bisa meminimalisir akibat dari suatu kondisi dan perubahan yang tidak bagus.
5. Manajemen strategik memungkinkan supaya keputusan yang besar bisa mendukung dengan lebih baik terhadap tujuan yang sudah ditetapkan.
6. Manajemen strategik membuat alokasi waktu dan sumber daya yang ada lebih efektif untuk memaksimalkan peluang yang sudah teridentifikasi.
7. Memungkinkan alokasi sumber daya yang ada dan waktu yang relatif lebih sedikit dalam mengoreksi suatu keputusan yang keliru atau tidak terencana dengan baik.
8. Bisa menciptakan *frame work* (kerangka kerja) untuk komunikasi internal di antara para staff.
9. Dapat membantu dalam mengintegrasikan perilaku tiap individu kedalam usaha bersama.
10. Manajemen strategi bisa memberik dasar untuk mengklarifikasi suatu tanggungjawab individu.
11. Manajemen strategik mampu menyediakan pendekatan yang kooperatif, terintegrasi, serta antusias dalam menghadapi suatu masalah dan peluang.
12. Dapat mendorong terciptanya suatu sikap positif terhadap suatu perubahan.
13. Manajemen strategi bisa memberi tingkat kedisiplinan dan moralitas kepada manajemen perusahaan.

Manfaat Belajar Manajemen Strategis

Menurut Rivai (2016:6), manfaat yang bisa diperoleh dengan belajar manajemen strategis adalah sebagai berikut:

1. dapat mengetahui arah yang dituju perusahaan, sehingga anda akan bekerja dengan baik dan memberi kontribusi kepada organisasi.
2. mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan organisasi sehingga anda dapat mengambil sikap, menyesuaikan diri dan tetap terus bekerja atau meninggalkan pekerjaan mencari yang lebih baik, anda mampu melihat masa depan.
3. dapat memberi usulan untuk perbaikan organisasi, misalnya dalam R&D, meningkatkan penjualan, menghadapi persaingan, menyajikan biaya produksi dan operasi yang lebih efisien.
4. dapat mempersiapkan diri menjadi manajer puncak efektif dan efisien.
5. dapat memperoleh pengetahuan yang komprehensif tentang manajemen pemasaran, produksi, keuangan, sumber daya manusia dan sistem informasi manajemen sebagai alat untuk menganalisis bisnis dan pengambilan keputusan berdasar *benefit-cost ratio*.

Sedangkan Menurut compactmediaedu.blogspot.com manfaat yang diperoleh dari implementasi manajemen strategi adalah;

1. Organisasi menjadi dinamis.
2. Fungsi control berjalan dengan efektif dan efisien.
3. Meniadakan perbedaan dan pertentangan pendapat dalam mewujudkan keunggulan.
4. Memudahkan dalam menyepakati perubahan atau pengembangan strategi yang akan dilaksanakan mendorong perilaku proaktif bagi semua pihak untuk ikut serta mewujudkan keunggulan.
5. Meningkatkan perasaan ikut memiliki, berpartisipasi aktif dan tanggungjawab bagi semua komponen organisasi.

Implementasi Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Era Globalisasi

Saat ini dunia bisnis menghadapi beberapa tantangan besar, jarak geografis, dan budaya yang telah menyempit dengan munculnya pesawat udara, mesin fax, sambungan telepon dan komputer global serta siaran televisi satelit, kemajuan-kemajuan ini telah merangkul seluruh negara di dunia ke dalam satu ekonomi global, Dalam ekonomi global, perusahaan harus menanggapi kecenderungan pasar seraya tetap bertanggungjawab melindungi lingkungan. Mereka juga harus memusatkan perhatian pada pelanggan jika mereka ingin berhasil di pasar global.

Proses manajemen strategis membantu organisasi 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 masa-masa sebelumnya. Oleh sebab itu, perlu diuraikan strategi-strategi yang selayaknya dilakukan perusahaan-perusahaan dalam menyongsong era globalisasi.

Manajemen strategik dapat didefinisikan sebagai gabungan antara seni dan ilmu dalam hal mengformulasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan–keputusan lintas fungsi, yang memungkinkan suatu organisasi untuk mencapai tujuannya di masa datang. Secara tidak langsung definisi manajemen strategi adalah menyatukan atau menggabungkan manajemen pemasaran, keuangan, produksi, penelitian dan pengembangan serta sistem informasi computer untuk mencapai keberhasilan suatu organisasi.

Menurut Taufiqurokhman (2016:119-120) ada 8 (delapan) hal penting dalam manajemen strategik, yaitu:

1. **Pejabat Strategi** - Pejabat strategi adalah personal yang paling bertanggungjawab atas berhasil atau gagalnya suatu organisasi. Pejabat strategi bias menyandang berbagi title

jabatan seperti kepala eksekutif, presiden, pemilik, ketua dewan pengurus, direktur eksekutif, ketua penanggungjawab, ketua atau pengusaha.

2. **Misi Perusahaan** - Misi perusahaan adalah suatu pernyataan yang bertujuan membedakan suatu bidang usaha dari perusahaan sejenisnya yang lain. Suatu misi perusahaan didefinisikan dalam ruang lingkup operasional perusahaan yang meliputi bidang produksi dan pemasaran.
3. **Peluang dan Ancaman Eksternal** - Peluang dan ancaman eksternal meliputi bidang-bidang ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan politik, pemerintahan, teknologi, dan perkembangan yang kompetitif yang secara signifikan sangat mempengaruhi organisasi pada masa yang akan datang.
4. **Kekuatan dan Kelemahan Internal** - Kekuatan dan kelemahan internal adalah aktivitas organisasi yang harus selalu dikendalikan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangannya. Mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan organisasi di bidang fungsional atau bisnis adalah aktivitas manajemen strategi. Organisasi berusaha mengikuti strategi mempergunakan kekuatan internal dan memperbaiki kelemahan internal.
5. **Tujuan Jangka Panjang** - Tujuan jangka panjang dapat didefinisikan sebagai hasil spesifik di mana sebuah organisasi merumuskan hal tersebut pada misi dasar perusahaan. Jangka panjang diartikan lebih dari satu tahun. Tujuan adalah penting bagi suksesnya organisasi karena mereka membantu evaluasi, menciptakan sinergi, mengkoordinasikan secara fokus dan menetapkan dasar untuk mengefektifkan perencanaan, organising, motivasi, dan aktivitas kontroling. Tujuan yang dimaksud dalam arti adanya tantangan bisa diukur konsisten, masuk akal dan jelas.
6. **Strategi** - Strategi adalah berarti bahwa tujuan jangka panjang akan bias dicapai. Strategi bisnis mengandung unsur-unsur ekspansi geografis, difersifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, likuidasi dan *joint venture*.
7. **Tujuan Tahunan** - Tujuan tahunan adalah tujuan jangka pendek di mana organisasi harus mencapai hal tersebut untuk melangkah ke tujuan jangka panjang. Seperti tujuan jangka panjang, tujuan tahunan dapat diukur secara kuantitatif, realistis, konsisten dan prioritas. Tujuan tahunan adalah penting untuk implementasi strategi, sedang tujuan jangka panjang adalah penting dalam formulasi strategi.
8. **Policy** - Policy adalah suatu upaya agar tujuan tahunan bisa dicapai. Policy meliputi: petunjuk-petunjuk, aturan-aturan dan prosedur yang dibuat untuk menunjang usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Manajemen Strategik Menyongsong Era Globalisasi

Menurut Taufiqurokhman (2016:121-125) dalam menghadapi era globalisasi maka strategi yang dapat dilakukan sebagai berikut;

1. **Persaingan global dengan lini yang luas** - Strategi ini diarahkan untuk bersaing di seluruh dunia dengan lini produk industri yang lengkap dengan memanfaatkan sumber keunggulan bersaing global guna mencapai diferensiasi atau posisi biaya rendah secara keseluruhan. Penerapan strategi ini menuntut tersedianya sumber daya yang besar dan cakupan waktu yang panjang. (Porter,M.E.,1996).
2. **Fokus global** - Strategi ini membidik suatu segmen tertentu dari industri di mana perusahaan bersaing di seluruh dunia. Segmen dipilih bila mana rintangan terhadap persaingan dunia rendah dan posisi perusahaan pada segmen tersebut dapat dilindungi dari serbuan pesaing global. Hasil dari strategi ini adalah biaya yang rendah akan terdiferensiasi dalam segmennya. (Porter,M.E., 1996).
3. **Fokus nasional** - Strategi ini memanfaatkan perbedaan pasar nasional untuk menciptakan pendekatan fokus pada suatu pasar nasional tertentu yang memungkinkan perusahaan mengungguli perusahaan global. Variasi dari strategi fokus ini bertujuan mencapai diferensiasi atau biaya rendah dalam melayani kebutuhan khusus suatu pasar nasional, atau segmensegmen di dalamnya yang paling dipengaruhi oleh rintangan ekonomis terhadap persaingan dunia. (Porter,M.E.,1996).
4. **Ceruk (celah) yang terlindung** - Strategi ini mencari negara-negara di mana pemerintah menghalangi pesaing-pesaing tingkat dunia dengan cara mengharuskan penggunaan komponen lokal yang banyak pada satu produk, mengenakan tarif yang tinggi dan sebagainya. Perusahaan membangun strategi ini agar dapat menangani secara efektif pasar-pasar tertentu yang mempunyai pembatasan seperti ini dan memusatkan perhatian yang sangat besar pada pemerintah negara tuan rumah guna memastikan bahwa perlindungan tersebut tetap berlaku. (Porter,M.E., 1996).
5. **Analisa lingkungan eksternal** - Lingkungan eksternal perusahaan seringkali bersifat menantang dan kompleks, perusahaan harus mengembangkan kemampuan yang dibutuhkan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan eksternal mereka. Lingkungan eksternal ada dua bagian yaitu lingkungan umum mencakup lima segmen : demografi, ekonomi, politik hukum, sosial budaya dan teknologi. Bagian ke dua yaitu lingkungan industri : faktor-faktor ancaman masuknya peserta/pelaku baru, kekuatan posisi pemasok, kekuatan posisi pembeli, ancaman produk pengganti dan intensitas persaingan. Manajer harus mengerti posisi perusahaan mereka,

relatif terhadap pesaing, dalam hal dimensi strategi yang penting. (Hitt, Ireland, Hoskisson, 1997). Industri adalah kelompok perusahaan yang menghasilkan produk yang mirip atau merupakan pengganti satu sama lain. Dalam hal persaingan, perusahaan ini saling mempengaruhi. Biasanya industri terdiri atas berbagai ragam strategi bersaing yang digunakan perusahaan dalam mengejar daya saing strategis dan profitabilitas tinggi. Di banding dengan lingkungan umum, lingkungan industry memiliki efek yang lebih langsung terhadap daya saing strategis dan profitabilitas. Intensitas bersaing dalam industri dan potensi laba industry tersebut merupakan fungsi lima kekuatan persaingan.

6. **Analisis Lingkungan Internal** - Karena perekonomian global, sumber keunggulan bersaing tradisional, mencakup biaya, tenaga kerja, biaya modal dan bahan baku menjadi tidak efektif secara relatif. Para manajer dievaluasi dalam hal kemampuan mereka untuk mengidentifikasi, memelihara dan menggunakan kompetensi inti perusahaan mereka. Baik lingkungan internal maupun eksternal mempengaruhi usaha perusahaan untuk mencapai daya saing strategi dan laba di atas rata-rata. Akan tetapi dalam perekonomian global, mungkin kompetensi inti, sifat lingkungan umum, industri dan bersaing, harus dipandang sebagai dasar utama untuk perumusan dan penerapan strategi. Seringkali, pesaing mempelajari bagaimana untuk meniru manfaat strategi suatu perusahaan. Dengan demikian, setiap perusahaan ditantang untuk menggunakan keunggulan bersaing yang dimiliki saat ini sementara secara bersamaan juga menggunakan sumber daya, kemampuan dan kompetensinya untuk mengembangkan keuntungan yang relevan di masa depan. Sebagai hasil analisis dari lingkungan internal dan eksternal perusahaan adalah informasi yang dibutuhkan untuk membentuk suatu strategi intent dan mengembangkan strategi mission. (Hitt, Ireland, Hoskisson, 1997). Strategi intent adalah pendayagunaan sumber daya internal, kemampuan serta kompetensi inti perusahaan untuk melakukan apa yang semula dianggap sebagai tujuan yang tidak dapat dicapai dalam lingkungan yang bersaing. Strategi mission merupakan pernyataan tujuan unik perusahaan dan lingkup operasinya dalam hal produk dan pemasaran.
7. **Strategi Tingkat Bisnis** - Strategi tingkat bisnis (*business level strategy*) menekankan tindakan yang harus diambil untuk menyediakan nilai bagi konsumen dan mendapatkan keunggulan bersaing melalui pendayagunaan kompetensi inti dalam pasar suatu produk tertentu. Kompetensi inti merupakan sumber daya dan kemampuan yang telah ditentukan sebagai sumber keunggulan bersaing bagi perusahaan terhadap pesaingnya. Strategi tingkat bisnis, yang merupakan tindakan terkoordinasi dalam pasar produk tertentu. Keunggulan biaya, pembedaan, biaya rendah terfokus, pembedaan terfokus dan biaya

rendah / pembedaan terintegrasi merupakan lima strategi yang harus dilakukan.(Hitt, Ireland, Hoskisson, 1997). Strategi keunggulan biaya mengharuskan perusahaan menyediakan produk yang dapat diterima konsumen pada harga serendah mungkin yang tetap bersaing. Strategi pembedaan mengharuskan perusahaan menyediakan produk yang dianggap konsumen sebagai satu yang unik sehingga penting bagi mereka. Strategi terfokus mengharuskan perusahaan melakukan spesialisasi yaitu menyediakan pelayanan yang lebih untuk merampingkan segmen pasar melalui pembedaan atau keunggulan biaya. Dengan strategi biaya rendah/ pembedaan terintegrasi, perusahaan bermaksud untuk menyediakan produk secara terdiferensiasi yang dihargai konsumen, dengan biaya rendah.

8. **Strategi Tingkat Perusahaan** - Strategi tingkat perusahaan (*corporate level strategy*) adalah tindakan yang diambil untuk mendapatkan keunggulan bersaing melalui pemilihan dan pengolahan sejumlah bisnis / usaha yang bersaing dalam beberapa industri atau pasar produk. Strategi tingkat perusahaan berhubungan dengan dua pertanyaan : usaha apa yang harus dipilih perusahaan dan bagaimana perusahaan harus mengolah seluruh usahanya. (Hitt, Ireland, Hoskisson, 1997).
9. **Strategi Akuisisi dan Restrukturisasi Akuisisi** adalah transaksi di mana seluruh perusahaan membeli pengendalian atau 100% kepemilikan perusahaan lain agar bisa lebih efektif menggunakan kompetensi intinya dengan menjadikan perusahaan yang diakuisisi sebagai perusahaan yang mendukung portfolio bisnisnya. Akuisisi merupakan strategi yang populer selama beberapa tahun, tetapi akhir-akhir ini jumlah dan ukuran akuisisi meningkat pesat.
10. **Strategi Internasional** - Strategi internasional berhubungan dengan penjualan produk kepada pasar diluar pasar domestik perusahaan. Strategi internasional biasanya berusaha memanfaatkan empat peluang penting : potensi peningkatan ukuran pasar, peluang pengembalian investai yang besar, skala ekonomis dan pengetahuan dan potensi keunggulan lokasi. (Hitt, Ireland, Hoskisson, 1997).
11. **Kepemimpinan Strategis** - Kepemimpinan strategis efektif diperlukan untuk merumuskan dan menerapkan strategi dengan sukses. Kepemimpinan strategis mencakup kemampuan untuk mengantisipasi, memiliki visi dan mempertahankan fleksibilitas, memberi wewenang kepada orang-orang lain dalam menciptakan perubahan strategis. Tim manajemen puncak terdiri dari manajer kunci yang merumuskan dan menerapkan strategi perusahaan. Umumnya manajer adalah pejabat korporasi dan atau anggota dalam dewan direktur. Manajer menentukan arah strategis perubahan dan dengan demikian

mempengaruhi daya saing strategis dan kemampuannya memperoleh keuntungan di atas rata-rata. Kepemimpinan strategis mencakup penentuan arah strategis, pemanfaatan dan pemeliharaan kompetensi inti, pengembangan modal manusia, pemeliharaan budaya korporat yang efektif, penekanan praktik-praktik etis, dan pembangunan pengendalian strategis. (Hitt, Ireland,Hoskisson, 1997).

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan di atas adalah sebagai berikut:

1. Dari berbagai definisi yang dikemukakan oleh banyak ahli, maka dapat ditarik benang merah yaitu manajemen strategis mengisyaratkan adanya pemanfaatan peluang bisnis dengan perencanaan yang matang dalam melakukan setiap tindakan dan pengambilan keputusan sehingga tujuan yang akan dicapai bisa terwujud sesuai harapan.
2. Manfaat manajemen strategis ini bisa dilihat dari berbagai sudut pandang, diantaranya sudut pandang badan usaha (pemakainya) dan dari profit yang dihasilkan.
3. Manfaat belajar manajemen strategis banyak sekali. Diantaranya adalah diperolehnya pengetahuan yang komprehensif tentang manajemen pemasaran, produksi, keuangan, sumber daya manusia dan sistem informasi manajemen sebagai alat untuk menganalisis bisnis dan pengambilan keputusan berdasar *benefit-cost ratio*.
4. Implementasi manajemen strategis dalam era globalisasi sangatlah diperlukan guna bisa bersaing ditingkat global.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, Sabtutik. (2016). Manajemen Strategis. Surakarta. Makalah Program Pascasarjana yang Tidak Dipublikasikan.
- Muhammmad, Suwarsono. (2013). *Manajemen Strategik. Konsep dan Alat Analisis*. Jakarta: UPP STIM YKPN
- Rivai, Abdul dan Prawironegoro, Darsono. (2015). *Manajemen Strategies. Kajian Keputusan Manajerial berdasarkan Perubahan Lingkungan Bisnis, Ekonomi, Sosial, dan Politik*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Prof. Moetopo Beragama.
- Compactmediaedu.blogspot. Mengapa Kita Perlu Mempelajari Konsep Strategis dalam Sistem Pendidikan. Diakses dari..... pada 16 April 2019