

Strategic Management

Annisaa Ligar Widanti

Major Of Islamic Financial Management

Faculty Of Sharia And Law

Sunan Gunung Djati State Islamic University of Bandung, 40614 Indonesia

annisaaligarw@student.uinsgd.ac.id

Strategic Management

Abstract

Strategic management is a process to help organizations identify what they want to achieve, and how they should achieve valuable results. The magnitude of the role of strategic management is increasingly recognized in these times compared to previous times. In a global economy that allows the movement of goods and services freely among various countries, companies continue to be challenged to be more competitive. By using strategic management as a framework (frame work) to solve every strategic problem in the organization, especially related to competition, the role of managers is invited to think more creatively or think strategically. Problem solving by generating and considering more alternatives that are built from a more thorough analysis will be more promising a favorable outcome. There are several benefits that the organization can get if they implement strategic management, namely: Providing a long-term direction to be addressed, helping the organization adapt to the changes that occur, make an organization more effective, identify the comparative advantage of an organization in an increasingly risky environment.

Keywords: Strategic Management, Organizations, Comparison, Risk

Abstrak

Manajemen strategis adalah 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 masa-masa sebelumnya. Dalam perekonomian global yang memungkinkan pergerakan barang dan jasa secara bebas diantara berbagai negara, perusahaan-perusahaan terus ditantang untuk semakin kompetitif. Dengan menggunakan manajemen strategis 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 strategic. 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 beresiko.

Kata Kunci : Manajemen Strategi, organisasi, komparasi, resiko.

A. Pendahuluan

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 diguna-kan dan jangkauan pemasaran yang dicapai. Hal tersebut diwujudkan dari tampilan produk, produktivitas yang tinggi dan pelayanan yang baik.

B. Pembahasan

1. Pengertian Manajemen Strategik

Sebelum melangkah lebih jauh tentang seberapa jauh peran manajemen strategik dalam pengembangan organisasi, kita akan menyimak dulu pengertian dari manajemen strategik itu sendiri, berikut beberapa ahli yang memberikan gambaran atau teori tentang manajemen strategik itu sendiri.

Barney, 2007:27 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 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,XV)

Manajemen strategis adalah 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 masa-masa sebelumnya. Dalam perekonomian global yang memungkinkan pergerakan barang dan jasa secara bebas diantara berbagai negara, perusahaan-perusahaan terus ditantang untuk semakin kompetitif. Banyak dari perusahaan yang telah meningkatkan tingkat kompetisinya ini menawarkan produk kepada konsumen dengan nilai yang lebih tinggi, dan hal ini sering menghasilkan laba diatas rata-rata

David 2005:5 Seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan and mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai obyektifnya. Hunger dan Wheelen 2006:4 Serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

Dengan demikian dari definisi di atas dapat diketahui fokus manajemen strategis terletak dalam memadukan manajemen, pemasaran, keuangan/akunting, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta system informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi. Manajemen strategis di katakan efektif apabila memberi tahu seluruh karyawan mengenai sasaran bisnis, arah bisnis, kemajuan kearah pencapaian sasaran dan pelanggan, pesaing dan rencana produk kami. Komunikasi merupakan kunci keberhasilan manajemen strategis.

2. Peran Manajemen Strategik

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 kit 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.

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.

Esensi Manajemen Strategik dalam pengembangan daya saing organisasi, baik bersifat nirlaba maupun ber-orientasi laba dapat dijabarkan atas hal pokok berikut :

a. Pertumbuhan dan Keberlanjutan

Hal ini dicirikan oleh adanya kegiatan lebih besar dari organisasi yang nantinya berdampak pada peningkatan kesejahteraan SDM. Pencapaian kondisi tersebut di-dapatkan dari kerjasama antar individu yang mampu mewujudkan sinergi perkembangan organisasi sesuai siklus organisasi (pengenalan, pertumbuhan, kedewasa-saa dan pembaharuan dengan kondisi penurunan, tetap dan naik kembali) ditinjau dari faktor internal maupun eksternal yang dipengaruhi oleh perubahan-perubahan, baik fundamental, incremental dan radikal dari nilai-nilai keinginan konsumen, serta persaingan yang ketat dalam kondisi yang mengandung ketidak-pastian dan penuh risiko.

b. Berpikir Strategik

Hal ini dicirikan oleh pemahaman tentang pentingnya faktor waktu (lalu, kini dan esok), proses kontinu (siklus) dan iteratif (sekuens pembelajaran) dalam mengidentifikasi kegiatan yang menjanjikan ke depan yang berbasis pada pemetaan kemampuan (superior-tas) yang dimiliki (sumber daya seperti SDA, SDM dan SDB) dengan secara komprehensif memperhatikan faktor-faktor makro seperti politik, ekonomi, teknologi dan sosial budaya, disamping upaya pembelajaran organisasi dalam menuju daya saing secara parsial ataupun utuh. Realisasi berpikir strategik dapat ditunjukkan oleh konsep masukan, proses dan luaran dalam mengelola perubahan menurut peluang maupun ancaman yang ditemui sesuai dengan fase-fase berikut : pembentukan kelompok kerja, inventarisasi kegiatan, keterlibatan unit kerja dan status kegiatan. Hal tersebut dalam praktiknya didukung oleh konsep-konsep strategi, baik yang klasik (siklus hidup produk dan SWOT), modern (BCG/Shell, A.D. Little, McKinsey, PIMS, SRI

dan Porter) dan alternatif (PRECOM) yang dalam implementasinya sangat ditentukan oleh besar-an dimensinya (2-5) atau tema tertentu.

3. 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 strategik, yaitu:

- a. Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju.
- b. Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi.
- c. Membuat suatu organisasi menjadi lebih efektif
- d. Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin beresiko.

Aktifitas 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.

4. Langkah Dalam Pengembangan Organisasi

Langkah Pertama manajemen perlu secara detail mengidentifikasi aktifitas yang perlu dikerjakan baik langsung maupun tidak langsung sejak disusunnya proposal kegiatan (TOR), pengujian dan penilaian, proses perencanaan program dan kegiatan, implementasi, pengendalian dan pengawasan. Langkah Kedua yang perlu dilakukan untuk menganalisis profil/postur organisasi adalah mencari keterkaitan (lingkage) dari berbagai aktifitas rantai kegiatan tersebut, baik antar aktifitas pokok (fungsi utama) dan aktifitas penunjang (fungsi pelayanan) Langkah Ketiga yaitu mencoba mencari sinergi potensial yang mungkin dapat ditemukan diantara output yang dihasilkan oleh setiap aktifitas yang dimiliki oleh organisasi.

5. Tahap-Tahap dalam Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan sebuah proses yang terdiri dari tiga kegiatan antara lain perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Perumusan strategi terdiri dari kegiatan-kegiatan mengembangkan misi bisnis, mengenali peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menetapkan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan obyektif jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi tertentu untuk dilaksanakan. Isu perumusan strategi termasuk memutuskan bisnis apa yang akan dimasuki bisnis apa yang harus dihentikan, bagaimana mengalokasikan sumber daya, apakah memperluas operasi atau diversifikasi, apakah akan memasuki pasar internasional, apakah akan

melakukan merger atau membentuk usaha patungan, dan bagaimana menghindari pengambilalihan perusahaan pesaing. Keputusan perumusan strategis mengikat suatu organisasi pada produk, pasar, sumber daya, dan teknologi spesifik selama periode waktu tertentu.

Strategi menetapkan keunggulan bersaing jangka panjang. Apapun yang akan terjadi, keputusan strategis mempunyai konsekuensi berbagai fungsi utama dan pengaruh jangka panjang pada suatu organisasi. Implementasi strategi menuntut perusahaan untuk menetapkan obyektif tahunan, memperlengkapi dengan kebijakan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan. Implementasi strategi termasuk mengembangkan budaya mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif, mengubah arah usaha pemasaran, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memanfaatkan sistem informasi dan menghubungkan kompensasi karyawan dengan prestasi organisasi. Implementasi strategi sering disebut tahap tindakan manajemen strategis. Strategi implementasi berarti memobilisasi karyawan dan manajer untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi tindakan. Evaluasi strategi adalah tahap akhir dalam manajemen strategis. Para manajer sangat perlu mengetahui kapan strategi tertentu tidak berfungsi dengan baik, evaluasi strategi berarti usaha untuk memperoleh informasi ini. Semua strategi dapat dimodifikasi di masa depan karena faktor-faktor eksternal dan internal selalu berubah

6. Manfaat dan Resiko Manajemen Strategi

a. Manfaat

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 strategik, 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 beresiko.

Aktifitas 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.

b. Resiko

Keterlibatan para manajer dalam proses perencanaan strategik akan menimbulkan beberapa resiko yang perlu diperhitungkan sebelum melakukan proses manajemen strategik, yaitu:

- a) Waktu yang digunakan para manajer dalam proses manajemen strategik mungkin mempunyai pengaruh negatif pada tanggung jawab operasional.
- b) Apabila para pembuat strategi tidak dilibatkan secara langsung dalam penerapannya maka mereka dapat mengelak tanggung jawab pribadi untuk keputusan-keputusan yang diambil dalam proses perencanaan.
- c) Akan timbul kekecewaan dari para bawahan yang berpartisipasi dalam penerapan strategi karena tidak tercapainya tujuan dan harapan mereka.

Untuk mengatasi resiko-resiko tersebut para manajer perlu dilatih mengamankan atau memperkecil timbulnya resiko dengan cara:

- a) Melakukan penjadwalan kewajiban-kewajiban para manajer agar mereka dapat mengalokasikan waktu yang lebih efisien.
- b) Membatasi para manajer pada proses perencanaan untuk membuat janji-janji mereka terhadap kinerja yang benar-benar dapat dilaksanakan oleh mereka dan bawahannya.
- c) Mengantisipasi dan menanggapi keinginan-keinginan bawahan, misalnya usulan atau peningkatan dalam ganjaran.

Sebagai suatu kesatuan dalam sebuah organisasi perlu menerapkan dan mengembangkan kemampuan manajemen internalnya guna mencapai tujuan yang diinginkan dengan mengarahkan segenap potensi dan strategi serta taktik yang tepat untuk diaplikasikan.

Proses manajemen strategis dapat diuraikan sebagai pendekatan yang obyektif, logis, sistematis untuk membuat keputusan besar dalam suatu organisasi. Proses ini berusaha untuk mengorganisasikan informasi kualitatif dan kuantitatif dengan cara yang memungkinkan keputusan efektif diambil dalam kondisi yang tidak menentu. Berdasarkan pada pengalaman, penilaian, dan perasaan, intuisi penting untuk membuat keputusan strategis yang baik. Intuisi terutama bermamfaat untuk membuat keputusan dalam situasi yang amat tidak menentu atau sedikit preseden. Proses manajemen strategis didasarkan pada keyakinan bahwa organisasi seharusnya terus-menerus memonitor peristiwa dan kecenderungan internal dan eksternal sehingga melakukan perubahan tepat waktu. Teknologi informasi dan globalisasi adalah perubahan eksternal yang mengubah bisnis dan masyarakat dewasa ini. Arus informasi yang cepat menghilangkan batas negara sehingga orang dari seluruh dunia dapat melihat sendiri bagaimana cara hidup orang lain. Dunia menjadi tanpa perbatasan dengan warga Negara global, pesaing global, pelanggan global, pemasok global, dan distributor global.

C. Simpulan dan Saran

1. Simpulan

Sejarah manajemen strategi. Anggaran & Kontrol Keuangan (1900 -an), Perencanaan Jangka Panjang (Pasca World War II/1950an) Perencanaan strategik

Perusahaan (Mid-1960 an. Manajemen Strategik (1980-an). Untuk merealisasikan suatu perencanaan yang baik perlu adanya dukungan dari aspek-aspek pelaksanaan, pengawasan, struktur organisasi, sistem informasi dan komunikasi, motivasi, iklim kerja, sistem penggajian dan budaya organisasi. Kelemahan perencanaan strategik biasanya bersifat ritual dan mekanis, sifatnya rutin dan sering berpegang pada asumsi-asumsi yang tidak realitis sehingga menyebabkan tidak termonitornya pelaksanaan dan pengendalian dari rencana-rencana yang telah dibuat.

Peralihan dari perencanaan menjadi keunggulan bersaing. Pembuatan strategi lebih didasarkan pada konsep keunggulan bersaing yang memiliki lima karakteristik, yaitu: Kompetensi khusus. Keunggulan bersaing merupakan hal khusus yang dimiliki atau dilakukan suatu organisasi yang memberinya kekuatan untuk menghadapi pesaing. Kompetensi ini bisa berwujud opini atau merek yang mempunyai persepsi kualitas tinggi. Menciptakan persaingan tidak sempurna. Dalam persaingan sempurna semua organisasi menghasilkan produk yang serupa sehingga bebas keluar masuk ke dalam pasar. Suatu organisasi dapat memperoleh keunggulan bersaing dengan menciptakan persaingan tidak sempurna yaitu dengan cara memberikan kualitas yang tinggi di aspek-aspek tertentu. Berkesinambungan, Keunggulan bersaing harus bersifat berkesinambungan bukan sementara dan tidak mudah ditiru oleh para pesaing. Kesesuaian dengan lingkungan internal. Keunggulan bersaing dapat diraih dengan menyesuaikan kebutuhan atau permintaan pasar. Karena lingkungan eksternal bisa berupa ancaman dan peluang, sehingga perubahan pasar dapat meningkatkan keunggulan atau kelemahan suatu organisasi.

2. Saran

Dalam pembahasan di atas penulis menyarankan mempelajari ilmu manajemen strategi karena ilmu manajemen strategi sangat berguna untuk mengatur suatu urusan.

Daftar Pustaka

- Ardana Komang. 2008. Perilaku Keorganisasian. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Amir M. Taufiq. 2011. Dinamika Manajemen Strategik: Konsep dan Aplikasi. Jakarta: Rajawali Press.
- Amirullah dan Haris Budiyo. 2004. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fred R. David 2002. Manajemen Strategis. Jakarta: PT. Prenhalindo Dirgantoro Crown.
- Ismail Solihin. 2011. Manajemen Strategik. Jakarta: Erlangga.
- Kroontz Harlod. 1993. Manajemen. Jakarta: Erlangga.
- Mudrajad Kuncoro. 2005. Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Jakarta: Erlangga
- Purwanto Yadi. 2001. Manajemen Modul Latihan. Jakarta: PT. Cendikia Informatika.
- Robbins Stepen P. 2003. Manajemen Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Indeks.
- Skripsi:
Jeffry Andriana Sulisty. 2013. Strategi Keunggulan Bersaing Pada Diva Laundry Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Jasa Laundry Di Mojokerto. Universitas Brawijaya