

# **Strategi Manajemen Membangun Keunggulan Bersaing**

**Ida Ayu Putu Megawati, S.E.,M.M.**

**Dr. Yudi Wahyudin, S.Pi, M.Si**

**Rusmini, Sos.M.M.**

**Bekti Utomo , S.Kel. M. Si**

**Inayatul Mutmainnah, S.Sos., M.Si**

Sanksi Pelanggaran Pasal 72  
Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002  
Tentang Hak Cipta

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) atau Pasal 49 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana paling lama 7 (tahun) dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagai dimaksud pada Ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

# **Strategi Manajemen Membangun Keunggulan Bersaing**

**Ida Ayu Putu Megawati, S.E.,M.M.**

**Dr. Yudi Wahyudin, S.Pi, M.Si**

**Rusmini, Sos.M.M.**

**Bekti Utomo , S.Kel. M. Si**

**Inayatul Mutmainnah, S.Sos., M.Si**



**YAYASAN PUTRA ADI DHARMA**

**Strategi manajemen: membangun keunggulan bersaing**

**Penulis :** Ida Ayu Putu Megawati, S.E., M.M., Dr. Yudi Wahyudin, S.Pi, M.Si., Rusmini, S.Sos., M.M., Beki Utomo, S.Kel. M.Si., Inayatul Mutmainnah, S.Sos., M.Si.  
ISBN : 978-623-10-1107-7

**Editor :**

Umi Safangati Hidayatun

**Penyunting :**

Yayasan Putra Adi Dharma

**Desain sampul dan Tata letak**

Yayasan Putra Adi Dharma

**Penerbit :**

Yayasan Putra Adi Dharma

**Redaksi :**

Wahana Pondok Ungu Blok B9 no 1, Bekasi  
Office Marketing Jl. Gedongkuning, Banguntapan Bantul,  
Yogyakarta  
Office Yogyakarta : 087777899993  
Marketing : 088221740145  
Instagram : @ypad\_penerbit  
Website : <https://ypad.store>  
Email : [teampenerbit@ypad.store](mailto:teampenerbit@ypad.store)

Cetakan Pertama Juni 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan  
dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit.

## **Kata Pengantar**

Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, strategi manajemen yang efektif menjadi kunci untuk membangun dan mempertahankan keunggulan bersaing. Buku ini, "Strategi Manajemen: Membangun Keunggulan Bersaing," hadir untuk memberikan panduan komprehensif bagi para praktisi, akademisi, dan mahasiswa dalam memahami dan menerapkan strategi bisnis yang berhasil.

Pada awalnya, buku ini membahas konsep dasar strategi bisnis, memberikan pemahaman tentang pentingnya strategi dalam mengarahkan organisasi menuju keberhasilan jangka panjang. Kami menjelaskan proses formulasi strategi serta komponen-komponen utama yang harus diperhatikan dalam pengembangan strategi yang efektif.

Akhirnya, implementasi strategi menjadi penutup yang krusial. Buku ini memberikan panduan praktis tentang bagaimana membuat strategi bekerja dalam praktik, termasuk alat dan teknik yang diperlukan serta proses evaluasi dan pengendalian strategi untuk memastikan keberhasilan jangka panjang.

Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi yang berguna bagi siapa saja yang terlibat dalam dunia bisnis dan manajemen. Semoga buku ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang diperlukan untuk membangun keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Penulis

## **BAB 1**

# **KONSEP DASAR STRATEGI BISNIS**

Strategi bisnis adalah rencana menyeluruh yang dirancang untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Ini mencakup serangkaian keputusan dan tindakan yang diambil oleh manajemen untuk mengarahkan sumber daya perusahaan menuju keunggulan kompetitif di pasar. Konsep dasar strategi bisnis melibatkan pemahaman mendalam tentang visi dan misi organisasi, analisis lingkungan internal dan eksternal, serta perumusan tujuan yang jelas. Strategi bisnis juga mengharuskan perusahaan untuk membuat pilihan tentang bagaimana mereka akan bersaing, baik melalui diferensiasi produk, kepemimpinan biaya, atau fokus pada ceruk pasar tertentu. Dalam proses ini, penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan mereka, serta peluang dan ancaman yang ada di lingkungan bisnis mereka. Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat menavigasi tantangan pasar, memanfaatkan peluang, dan mencapai keberhasilan jangka panjang.

Strategi bisnis juga melibatkan penentuan langkah-langkah taktis untuk mencapai tujuan yang ditetapkan, seperti pengembangan produk baru, ekspansi pasar, atau akuisisi perusahaan lain. Selain itu, strategi bisnis harus selaras dengan nilai-nilai inti perusahaan dan memperhitungkan faktor-faktor budaya dan organisasional yang memengaruhi implementasinya. Penting untuk diingat bahwa strategi bisnis bukanlah dokumen statis, tetapi harus fleksibel dan dapat disesuaikan dengan perubahan kondisi pasar dan lingkungan bisnis. Dengan memahami konsep dasar strategi bisnis, perusahaan dapat membangun fondasi yang kuat untuk mencapai keunggulan bersaing dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam jangka panjang.

## **A. Definisi dan Pentingnya Strategi Bisnis**

Strategi bisnis adalah rencana terinci yang mencakup tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapainya. Hal ini melibatkan analisis mendalam terhadap lingkungan eksternal dan internal perusahaan serta penentuan cara terbaik untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar. Pentingnya strategi bisnis tidak bisa diabaikan, karena memberikan arah yang jelas bagi perusahaan dalam mengambil keputusan dan mengalokasikan sumber daya.

Dengan memiliki strategi yang baik, perusahaan dapat mengantisipasi perubahan pasar, mengidentifikasi peluang baru, dan menghadapi tantangan dengan lebih efektif. Dalam dunia bisnis yang dinamis, strategi bisnis menjadi kunci untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan memahami pentingnya strategi bisnis, perusahaan dapat mengoptimalkan kinerja mereka dan mencapai kesuksesan jangka panjang.

## **B. Proses Formulasi Strategi**

Proses formulasi strategi melibatkan serangkaian langkah sistematis untuk mengembangkan rencana yang efektif bagi perusahaan. Langkah pertama dalam proses ini adalah memahami visi, misi, dan nilai-nilai inti perusahaan. Setelah itu, perusahaan perlu melakukan analisis lingkungan eksternal dan internal untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta kekuatan dan kelemahan.

Langkah selanjutnya adalah menetapkan tujuan jangka panjang yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatasan waktu (SMART). Berdasarkan analisis tersebut, perusahaan dapat memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan tersebut, baik itu strategi pertumbuhan, diferensiasi, atau fokus. Proses ini memerlukan

keterlibatan semua pemangku kepentingan dalam perusahaan dan memastikan konsistensi dengan sumber daya yang tersedia. Dengan menjalankan proses formulasi strategi secara sistematis, perusahaan dapat menghasilkan rencana yang kokoh dan berkelanjutan untuk mencapai keunggulan bersaing di pasar.

### **C. Komponen Utama dalam Strategi Bisnis**

Strategi bisnis terdiri dari beberapa komponen utama yang penting untuk dipertimbangkan dalam perencanaan strategis perusahaan. Pertama adalah pemahaman yang mendalam tentang visi, misi, dan nilai-nilai inti perusahaan, yang memberikan arah dan tujuan yang jelas. Selanjutnya, analisis lingkungan eksternal dan internal menjadi kunci untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta kekuatan dan kelemahan perusahaan. Dari situ, perusahaan dapat menetapkan tujuan yang spesifik dan mengembangkan strategi untuk mencapainya, dengan mempertimbangkan pemilihan strategi yang tepat sesuai dengan kondisi pasar dan sumber daya yang tersedia. Selama proses ini, penting untuk melibatkan semua pemangku kepentingan dan memastikan konsistensi dengan tujuan jangka panjang perusahaan. Dengan memperhatikan semua komponen ini, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang kokoh dan berkelanjutan untuk mencapai keunggulan bersaing di pasar.

## **BAB 2**

### **ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL**

Analisis lingkungan eksternal merupakan langkah penting dalam perencanaan strategis perusahaan. Langkah ini melibatkan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerja dan kesuksesannya. Analisis ini mencakup pemetaan berbagai faktor eksternal seperti faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan legal (PESTEL).

Dengan menganalisis lingkungan eksternal, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang-peluang baru yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan dan pengembangan, serta ancaman-ancaman yang mungkin timbul dan mengganggu jalannya bisnis. Misalnya, perubahan dalam regulasi pemerintah, tren pasar, atau teknologi baru dapat menjadi peluang atau ancaman bagi perusahaan.

Selain itu, analisis juga melibatkan pemahaman tentang pesaing, konsumen, dan tren industri yang dapat memengaruhi posisi perusahaan di pasar. Dengan pemahaman yang mendalam tentang lingkungan eksternal, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat dalam merespon perubahan pasar dan mengembangkan strategi yang sesuai untuk memaksimalkan peluang dan mengurangi risiko.

#### **A. Pemetaan Lingkungan Eksternal**

Pemetaan lingkungan eksternal merupakan tahapan awal dalam analisis strategis perusahaan. Ini melibatkan identifikasi dan evaluasi faktor-faktor di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi jalannya bisnis. Proses ini sering menggunakan kerangka kerja PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Legal) untuk menyusun gambaran menyeluruh tentang faktor-faktor eksternal yang relevan.

Pemetaan ini membantu perusahaan memahami dinamika pasar, tren industri, perubahan regulasi, dan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi strategi bisnis mereka. Dengan pemahaman yang mendalam tentang lingkungan eksternal, perusahaan dapat merancang strategi yang lebih responsif dan adaptif, serta memaksimalkan peluang dan mengurangi risiko.

Pentingnya pemetaan lingkungan eksternal adalah bahwa hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengantisipasi perubahan pasar dan menyesuaikan strategi mereka secara proaktif. Dengan demikian, pemetaan ini menjadi landasan penting dalam proses pengambilan keputusan strategis yang efektif.

Setelah faktor-faktor eksternal telah diidentifikasi, langkah berikutnya adalah evaluasi dampaknya terhadap perusahaan. Ini melibatkan penilaian terhadap peluang-peluang yang mungkin muncul dan ancaman-ancaman yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Misalnya, perubahan dalam kebijakan pemerintah dapat menciptakan peluang baru untuk ekspansi pasar atau menghadirkan ancaman terhadap operasi bisnis saat ini.

Selain itu, pemetaan lingkungan eksternal juga memperhitungkan posisi pesaing, tren konsumen, dan dinamika industri secara keseluruhan. Dengan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor ini, perusahaan dapat merencanakan strategi yang lebih efektif untuk mempertahankan atau meningkatkan keunggulan bersaing mereka.

Kesimpulannya, pemetaan lingkungan eksternal merupakan langkah penting dalam proses perencanaan strategis yang memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta merancang strategi yang responsif dan adaptif. Dengan pemahaman yang baik tentang lingkungan eksternal, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk memaksimalkan peluang

pertumbuhan dan mengurangi risiko dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

## **B. Analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, Legal)**

Analisis PESTEL adalah alat yang digunakan dalam pemetaan lingkungan eksternal untuk memahami faktor-faktor penting yang dapat memengaruhi strategi bisnis perusahaan.

### **1. Politik**

Faktor politik mencakup regulasi pemerintah, kebijakan pajak, stabilitas politik, dan kebijakan perdagangan internasional. Perubahan dalam lingkungan politik dapat memiliki dampak signifikan pada operasi bisnis dan strategi perusahaan.

### **2. Ekonomi**

Aspek ekonomi mencakup pertumbuhan ekonomi, inflasi, tingkat suku bunga, dan fluktuasi mata uang. Perusahaan perlu memahami kondisi ekonomi yang berlaku untuk merancang strategi yang tepat, termasuk penetapan harga produk dan ekspansi pasar.

### **3. Sosial**

Faktor sosial meliputi tren demografis, preferensi konsumen, dan norma budaya. Perusahaan harus memahami perubahan dalam perilaku dan preferensi konsumen untuk mengidentifikasi peluang pasar yang baru.

### **4. Teknologi**

Perkembangan teknologi seperti internet, kecerdasan buatan, dan inovasi produk dapat mengubah lanskap bisnis dengan cepat.

Analisis teknologi membantu perusahaan mengidentifikasi peluang inovasi dan ancaman dari persaingan teknologi.

#### 5. **Lingkungan**

Isu lingkungan termasuk perubahan iklim, keberlanjutan, dan tuntutan konsumen terhadap praktik bisnis yang ramah lingkungan. Perusahaan harus mempertimbangkan dampak lingkungan dari operasi mereka dan menyesuaikan strategi mereka sesuai dengan tuntutan regulasi dan sosial.

#### 6. **Legal**

Aspek legal mencakup regulasi industri, hukum ketenagakerjaan, dan kepatuhan perusahaan terhadap peraturan pemerintah. Perubahan dalam hukum dan regulasi dapat memengaruhi operasi bisnis dan keputusan strategis perusahaan.

Analisis PESTEL membantu perusahaan memahami konteks eksternal yang mereka hadapi dan mengidentifikasi faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan strategi bisnis mereka. Dengan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor ini, perusahaan dapat merancang strategi yang responsif dan adaptif untuk mencapai keunggulan bersaing dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Setiap elemen PESTEL memiliki potensi untuk menjadi peluang atau ancaman bagi perusahaan, tergantung pada bagaimana perusahaan meresponsnya. Misalnya, perubahan kebijakan pemerintah dalam hal subsidi energi dapat menjadi ancaman bagi perusahaan energi konvensional, tetapi sekaligus menjadi peluang bagi perusahaan yang berfokus pada energi terbarukan.

Pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor PESTEL memungkinkan perusahaan untuk mengantisipasi perubahan pasar dan mengembangkan strategi yang sesuai. Ini dapat melibatkan restrukturisasi operasi bisnis, penyesuaian produk atau layanan, atau

ekspansi ke pasar baru yang muncul akibat perubahan dalam lingkungan eksternal.

Analisis PESTEL tidak hanya berfokus pada faktor-faktor individu, tetapi juga melihat interaksi antara mereka. Misalnya, perkembangan teknologi dapat memengaruhi faktor-faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan, menciptakan peluang baru atau menimbulkan tantangan bagi perusahaan.

analisis PESTEL adalah alat penting dalam pemetaan lingkungan eksternal yang membantu perusahaan memahami kompleksitas pasar dan mengidentifikasi peluang serta ancaman yang dapat memengaruhi jalannya bisnis. Dengan menggunakan analisis ini sebagai dasar, perusahaan dapat merancang strategi yang responsif dan adaptif, memungkinkan mereka untuk tetap kompetitif dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

## **C. Mengidentifikasi Peluang dan Ancaman**

Setelah melakukan analisis PESTEL atau pemetaan lingkungan eksternal secara menyeluruh, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi peluang dan ancaman yang muncul dari faktor-faktor tersebut.

### **1. Peluang**

Peluang adalah situasi atau kondisi di lingkungan eksternal yang, jika dimanfaatkan dengan baik, dapat memberikan manfaat atau keuntungan bagi perusahaan. Ini bisa berupa peluang untuk ekspansi pasar, pengembangan produk baru, atau kemitraan strategis yang menguntungkan. Misalnya, perubahan regulasi yang mendukung penggunaan energi terbarukan dapat menjadi peluang bagi perusahaan energi untuk mengembangkan portofolio produk yang lebih ramah lingkungan.

## 2. Ancaman

Ancaman adalah faktor-faktor di lingkungan eksternal yang dapat mengganggu atau menghambat kinerja perusahaan jika tidak ditangani dengan baik. Ini bisa berupa persaingan yang semakin intensif, perubahan regulasi yang merugikan, atau teknologi yang berkembang pesat yang membuat produk atau layanan perusahaan menjadi usang. Misalnya, perubahan kebijakan perdagangan internasional yang mengarah pada peningkatan tarif ekspor dapat menjadi ancaman bagi perusahaan yang bergantung pada pasar internasional.

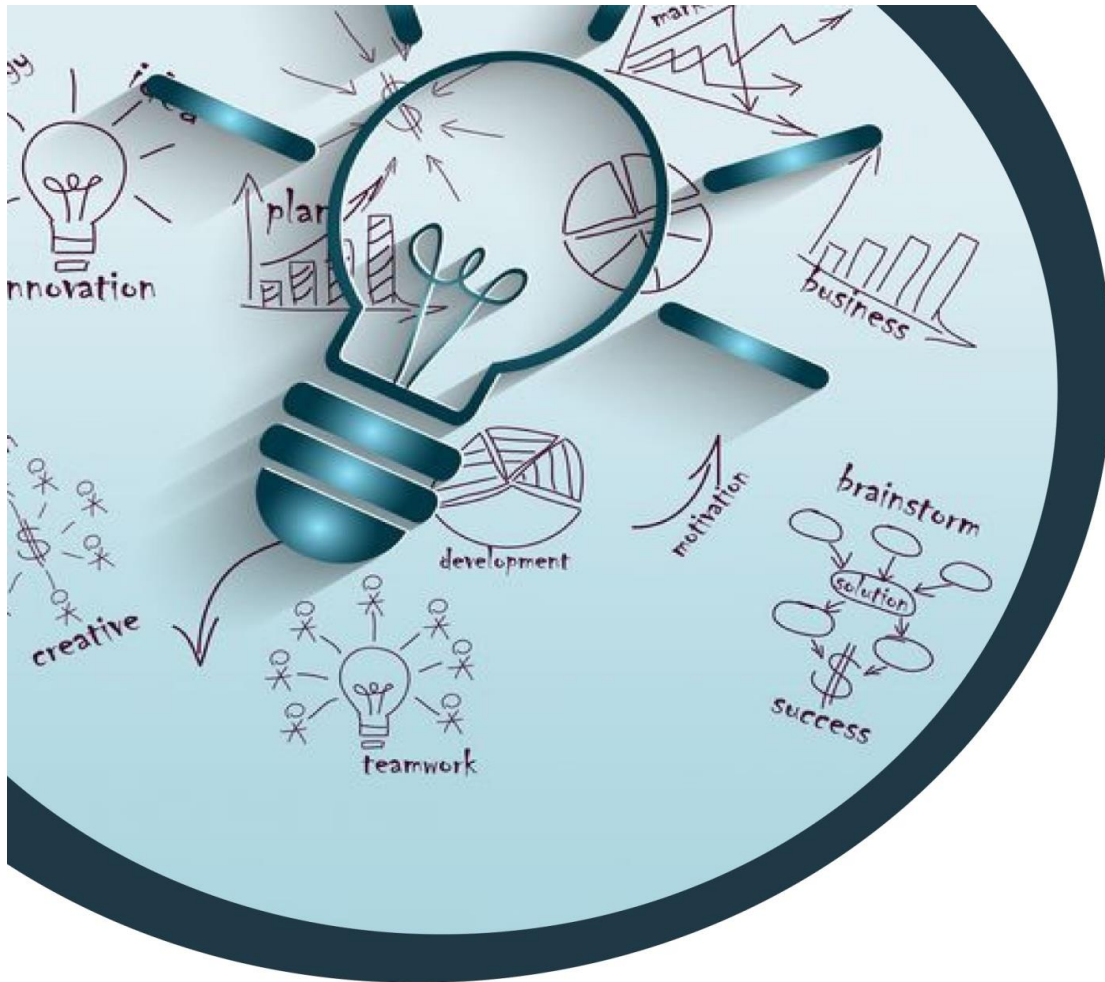
Dengan mengidentifikasi peluang dan ancaman, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang sesuai untuk memaksimalkan peluang dan mengurangi risiko. Ini melibatkan penyesuaian model bisnis, pengembangan produk baru, ekspansi pasar, atau kemitraan strategis yang dapat membantu perusahaan memanfaatkan peluang pasar yang muncul dan mengatasi ancaman yang ada. Dengan pemahaman yang baik tentang lingkungan eksternal, perusahaan dapat menjadi lebih responsif terhadap perubahan pasar dan mempertahankan atau meningkatkan keunggulan kompetitif mereka.

Setiap peluang dan ancaman harus dievaluasi secara cermat untuk memahami dampak potensialnya terhadap bisnis. Perusahaan perlu mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan internal mereka dalam merespons peluang dan mengatasi ancaman yang ada. Misalnya, jika sebuah perusahaan memiliki kekuatan dalam inovasi produk, mereka dapat menggunakan peluang teknologi baru untuk mengembangkan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang.

Selain itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan bagaimana mereka dapat memanfaatkan kekuatan mereka untuk mengatasi ancaman yang ada. Ini bisa melibatkan restrukturisasi operasi bisnis,

peningkatan efisiensi, atau diversifikasi portofolio produk untuk mengurangi ketergantungan pada satu pasar atau produk tertentu.

Dengan mengidentifikasi peluang dan ancaman dengan tepat serta mengambil tindakan yang sesuai, perusahaan dapat memposisikan diri mereka dengan baik untuk menghadapi tantangan pasar dan menciptakan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan mereka.



# STRATEGI MANAJEMEN

## MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING

IDA AYU PUTU MEGAWATI, S.E.,M.M.  
DR. YUDI WAHYUDIN, S.PI, M.SI  
RUSMINI, SOS.M.M.  
BEKTI UTOMO , S.KEL. M. SI  
INAYATUL MUTMAINNAH, S.SOS., M.SI