

MANAJEMEN STRATEGIK TEORI DAN IMPLEMENTASI

Dr. Badirun Basir, S.Kom., MM., M.Kom
Eryco Muhdaliha, S.E, M.M
Puryanti, S.KM., M.Kes
Risanty Marisca, S.E., M.Si.
M. Nur Kamila Amrullah, S.Pd., M.M.

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).

MANAJEMEN STRATEGIK TEORI DAN IMPLEMENTASI

Dr. Badirun Basir, S.Kom., MM., M.Kom
Eryco Muhdaliha, S.E, M.M
Puryanti, S.KM., M.Kes
Risanty Marisca, S.E., M.Si.
M. Nur Kamila Amrullah, S.Pd., M.M.



YAYASAN PUTRA ADI DHARMA

MANAJEMEN STRATEGIK TEORI DAN IMPLEMENTASI

Penulis :

Dr. Badirun Basir, S.Kom., MM., M.Kom

Eryco Muhdaliha, S.E, M.M

Puryanti, S.KM., M.Kes

Risanty Marisca, S.E., M.Si.

M. Nur Kamila Amrullah, S.Pd., M.M.

ISBN : 978-634-7261-86-1

IKAPI : No.498/JBA/2024

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

Cetakan Pertama Juli 2025

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan buku ini yang berjudul " MANAJEMEN STRATEGIK TEORI DAN IMPLEMENTASI" dengan baik. Buku ini ditulis dengan tujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang konsep dan praktik manajemen strategik yang dapat diterapkan di berbagai organisasi, baik yang berskala kecil, menengah, maupun besar.

Manajemen strategik adalah salah satu elemen kunci dalam kesuksesan jangka panjang suatu organisasi. Melalui penerapan strategi yang tepat, organisasi tidak hanya dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat, tetapi juga dapat meraih keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam buku ini, saya membahas berbagai konsep, alat, dan teknik dalam manajemen strategik, serta bagaimana cara menyusun dan mengimplementasikan strategi yang efektif.

Buku ini juga dilengkapi dengan studi kasus dan contoh aplikasi dari teori-teori yang dijelaskan, sehingga pembaca dapat lebih mudah memahami bagaimana strategi tersebut diterapkan dalam dunia nyata. Selain itu, bagian-bagian yang membahas tentang dinamika pasar, inovasi, dan pengaruh teknologi digital juga ditambahkan untuk mengakomodasi perkembangan terbaru dalam dunia bisnis yang semakin berubah dengan cepat.

Saya berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, praktisi manajemen, maupun siapa pun yang tertarik untuk mendalami dunia manajemen strategik. Tentu saja, buku ini tidak sempurna dan masih banyak hal yang bisa diperbaiki.

Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang.

Terakhir, saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan buku ini, terutama keluarga, teman-teman, serta kolega yang telah memberikan inspirasi dan motivasi. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang luas dan menjadi sumber pengetahuan yang berguna dalam meningkatkan kemampuan manajerial dan strategi organisasi.

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB 1 PENDAHULUAN MANAJEMEN STRATEGIK	1
A. Pengertian Manajemen Strategik.....	1
B. Sejarah dan Perkembangan Konsep Strategik	2
C. Manfaat dan Tujuan Manajemen Strategik.....	3
D. Perbedaan Strategi dan Taktik	4
E. Manajemen Strategik di Era Modern.....	5
BAB 2 VISI, MISI, DAN TUJUAN ORGANISASI	7
A. Arti Penting Visi dan Misi	8
B. Proses Perumusan Visi dan Misi.....	9
C. Keterkaitan Tujuan Strategik dengan Nilai Organisasi	10
D. Evaluasi Visi dan Misi yang Efektif	11
E. Studi Kasus Visi dan Misi Perusahaan Sukses	13
BAB 3 ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL	15
A. Model Analisis PESTEL.....	16
B. Analisis Peluang dan Ancaman	17
C. Persaingan Industri dan Model Lima Kekuatan Porter.....	18
D. Identifikasi Tren Global.....	20
E. Dinamika Pasar dan Regulasi	21
BAB 4 ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL	23

A.	Sumber Daya dan Kapabilitas Internal.....	24
B.	Analisis Rantai Nilai (Value Chain Analysis).....	25
C.	Kekuatan dan Kelemahan Organisasi.....	26
D.	Core Competence dan Keunggulan Bersaing.....	28
E.	Audit Internal Strategis.....	29
BAB 5	FORMULASI STRATEGI.....	31
A.	Proses Formulasi Strategi.....	32
B.	Strategi Tingkat Korporasi.....	33
C.	Strategi Bisnis dan Unit.....	34
D.	Strategi Fungsional.....	36
E.	Matriks SWOT dan TOWS.....	37
BAB 6	STRATEGI KORPORASI DAN DIVERSIFIKASI.....	39
A.	Strategi Pertumbuhan dan Ekspansi.....	40
B.	Integrasi Vertikal dan Horizontal.....	41
C.	Strategi Diversifikasi Terkait dan Tidak Terkait.....	42
D.	Aliansi Strategis dan Joint Venture.....	43
E.	Akuisisi dan Merger.....	45
BAB 7	STRATEGI BISNIS DAN DAYA SAING.....	47
A.	Strategi Kepemimpinan Biaya.....	48
B.	Strategi Diferensiasi.....	49
C.	Strategi Fokus/Niche.....	50
D.	Model Generic Strategy Porter.....	51
E.	Implementasi Strategi Bisnis.....	53
BAB 8	STRATEGI INTERNASIONAL DAN GLOBALISASI.....	55

A.	Alasan Ekspansi Global.....	56
B.	Model Strategi Global, Multinasional, dan Transnasional	58
C.	Adaptasi vs Standardisasi Produk	60
D.	Manajemen Risiko Global	62
E.	Kasus Internasionalisasi Perusahaan	64
BAB 9	INOVASI DAN STRATEGI DIGITAL.....	67
A.	Peran Inovasi dalam Strategi	69
B.	Digitalisasi Bisnis dan Transformasi Digital	71
C.	Model Bisnis Berbasis Teknologi.....	73
D.	Strategi Inovasi Disruptif.....	75
E.	Ekosistem Digital dan Kolaborasi	77
BAB 10	IMPLEMENTASI STRATEGI.....	80
A.	Proses Implementasi dan Tantangannya.....	81
B.	Peran Struktur Organisasi dalam Implementasi.....	84
C.	Manajemen Perubahan	86
D.	Alokasi Sumber Daya Strategis	88
E.	Kepemimpinan dalam Implementasi Strategi.....	90
BAB 11	EVALUASI DAN PENGENDALIAN STRATEGI	93
A.	Sistem Evaluasi Kinerja Strategis.....	95
B.	Balanced Scorecard dan KPI	97
C.	Analisis GAP dan Penyesuaian Strategi	99
D.	Audit Strategik.....	102
E.	Review Strategi secara Berkala	104
BAB 12	KEPEMIMPINAN STRATEGIK	107

A.	Peran Pemimpin dalam Formulasi dan Implementasi Strategi	107
B.	Gaya Kepemimpinan yang Efektif	110
C.	Etika dan Integritas dalam Kepemimpinan.....	112
D.	Pengambilan Keputusan Strategik.....	113
E.	Pengembangan Pemimpin Masa Depan	115
BAB 13	BUDAYA ORGANISASI DAN STRATEGI.....	117
A.	Definisi dan Elemen Budaya Organisasi	118
B.	Hubungan Budaya dengan Strategi	119
C.	Mengelola Perubahan Budaya	120
D.	Budaya Inovasi dan Kolaborasi.....	122
E.	Studi Kasus Perubahan Budaya Berbasis Strategi.....	123
BAB 14	MANAJEMEN RISIKO STRATEGIK	125
A.	Identifikasi Risiko Strategik	126
B.	Matriks Risiko dan Mitigasi	128
C.	Peran Sistem Pengendalian Internal	129
D.	Strategi Kontinjensi dan Resiliensi.....	131
E.	Risiko dalam Keputusan Global dan Digital	132
BAB 15	MANAJEMEN STRATEGIK LANJUTAN.....	135
A.	Peran AI dan Big Data dalam Strategi.....	135
B.	Strategi Keberlanjutan dan ESG.....	139
C.	Agility dan Adaptabilitas Organisasi	144
D.	Strategi dalam Ekonomi Digital dan Gig Economy	149
E.	Rekomendasi Strategik untuk Masa Depan.....	155

BAB 1

PENDAHULUAN MANAJEMEN STRATEGIK

Manajemen strategik merupakan disiplin ilmu yang mempelajari bagaimana organisasi merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan-keputusan strategis untuk mencapai tujuan jangka panjang. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan dinamis, kemampuan suatu organisasi untuk beradaptasi melalui strategi yang tepat menjadi kunci keunggulan bersaing. Manajemen strategik tidak hanya menyangkut perencanaan di tingkat puncak, tetapi juga mencakup keterlibatan seluruh elemen organisasi dalam proses pencapaian visi dan misi perusahaan. Proses ini melibatkan analisis lingkungan internal dan eksternal, perumusan strategi, implementasi strategi secara efektif, hingga evaluasi dan pengendalian agar strategi tetap relevan di tengah perubahan. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai konsep, prinsip, serta praktik manajemen strategik sangat penting, terutama bagi para pengambil keputusan, pemimpin organisasi, dan akademisi yang ingin berkontribusi dalam menciptakan organisasi yang berdaya saing tinggi.

A. Pengertian Manajemen Strategik

Manajemen strategik adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang digunakan untuk merumuskan dan melaksanakan strategi yang dirancang guna mencapai tujuan organisasi. Proses ini melibatkan perencanaan jangka panjang yang mencakup analisis lingkungan internal dan eksternal, identifikasi peluang dan ancaman, penetapan sasaran, pemilihan strategi yang tepat, serta implementasi dan evaluasi strategi tersebut secara

berkelanjutan. Manajemen strategik berbeda dari manajemen operasional karena fokus utamanya adalah pada keberlangsungan dan keunggulan kompetitif jangka panjang, bukan sekadar aktivitas harian. Dalam konteks organisasi modern, manajemen strategik menjadi alat vital dalam mengantisipasi perubahan pasar, perkembangan teknologi, serta tekanan kompetitif yang terus meningkat. Dengan pendekatan yang sistematis dan analitis, manajemen strategik membantu organisasi menyelaraskan sumber daya yang dimiliki dengan peluang yang ada, guna menciptakan nilai tambah dan pertumbuhan berkelanjutan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap konsep manajemen strategik menjadi sangat penting bagi setiap pemimpin dan pengambil keputusan dalam organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2007). *Strategic Market Management*. Wiley.
- Andrews, K. R. (1980). *The Concept of Corporate Strategy*. Homewood, IL: Irwin.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business Review Press.
- Christensen, C. M., & Overdorf, M. (2000). Meeting the challenges of disruptive change. *Harvard Business Review*, 78(2), 66-76.
- Collins, J. C., & Porras, J. I. (1996). Building your company's vision. *Harvard Business Review*, 74(5), 65-77.
- D'Aveni, R. A. (1994). *Hypercompetition: The dynamics of strategic maneuvers*. Free Press.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21(10-11), 1105-1121.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing.
- Grant, R. M. (2016). *Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases Edition*. Wiley.

- Helfat, C. E., & Peteraf, M. A. (2003). The dynamic resource-based view: Capability lifecycles. *Strategic Management Journal*, 24(10), 997-1010.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2012). *Strategic Management Theory: An Integrated Approach*. Houghton Mifflin.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2012). *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*. South-Western Cengage Learning.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard—measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). Blue ocean strategy. *Harvard Business Review*, 82(10), 76-84.
- Kotter, J. P. (1996). *Leading Change*. Harvard Business Review Press.
- Lasserre, P. (2017). *Global Strategic Management*. Palgrave Macmillan.
- Miller, A., & Friesen, P. H. (1984). A longitudinal study of the corporate life cycle. *Management Science*, 30(10), 1161-1183.
- Mintzberg, H. (1994). The fall and rise of strategic planning. *Harvard Business Review*, 72(1), 107-114.
- Parnell, J. A. (2013). *Strategic Management: Theory and Practice*. Sage Publications.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.

- Porter, M. E. (1996). What is strategy? *Harvard Business Review*, 74(6), 61-78.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 25-40.
- Rumelt, R. P. (2011). *Good Strategy Bad Strategy: The Difference and Why It Matters*. Crown Business.
- Slywotzky, A. J., & Shapiro, D. (2001). *The Profit Zone: How Strategic Business Design Will Lead You to Tomorrow's Profits*. Crown Business.
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy, and innovation. *Long Range Planning*, 43(2-3), 172-194.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Whittington, R. (2001). *What is strategy—and does it matter?* Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27(2), 185-203.

Dr. Badirun Basir, S.Kom., MM., M.Kom

Eryco Muhdaliha, S.E, M.M

Puryanti, S.KM., M.Kes

Risanty Marisca, S.E., M.Si.



Bernama lengkap M.Nur Kamila Amrullah, S.Pd., M.M. yang akrab disapa Amru, pria kelahiran dari Banyuwangi yang sekarang menetap Bersama keluarga di Kabupaten Madiun. Menyelesaikan Pendidikan S1 dari Universitas Negeri Surabaya (UNESA) sebagai wisudawan terbaik 2006, dan kemudian menyelesaikan program Pascasarjana dari Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta sebagai wisudawan berprestasi.

Pada tahun 2009 diterima sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Badan Pertanahan Nasional RI, sekarang Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (Kemen ATR/BPN). Saat ini mengemban amanat sebagai Dosen Tetap pada Perguruan Tinggi Kementerian Lain yaitu Sekolah Tinggi Pertanahan Nasional (STPN) berkedudukan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain sebagai dosen, juga mendapat tugas tambahan sebagai Kepala Divisi Pengembangan Pembelajaran pada Pusat Pengembangan Pembelajaran dan Penjaminan Mutu Internal (P4MI) STPN. Sebelumnya juga menjabat sebagai Kepala Sub Unit Kerjasama Dalam Negeri STPN.

Beberapa karya publikasi berupa Buku dan publikasi jurnal, untuk Buku beberapa judul diantaranya Konsep Dasar Pengembangan

Kewirausahaan (2023), Mengenal Ekologi Sosial (2023), Pendidikan Pancasila (2024), dan beberapa judul buku lainnya. Sedangkan untuk jurnal beberapa judul, Strategi MSDM Sebagai Kunci Sukses PTSL Di Kantor Pertanahan Kabupaten Cilacap (2023), Analisis konsistensi penggunaan lahan terhadap peta RTRW provinsi Riau di desa Beringin Jaya (2023), Sistem Informasi Manajemen Aset (SIMA) Menggunakan SIG Berbasis Multi Data Untuk Pemetaan Digital Sebagai Data Pendukung Pengamanan Aset (2024), Maximizing Efficient Use Of Remote Sensing Imagery For Land And Spatial Planning (2024), Konstruktivisme Penataan Akses Reforma Agraria: Dinamika Kesejahteraan Masyarakat Inklusi Multi Aspek (2024), Penggunaan Sistem Informasi Geografis (SIG) Berbasis Dusun Untuk Meningkatkan Efisiensi Pengelolaan Lahan (2024), Agrarian Conflict Handling Policy in the Tourism Village Development Program in the Lake Toba Area, dll.

Penulis dapat dihubungi melalui email amru@stpn.ac.id, akun media sosial Amru Falasifa Arsy, dan nomor WA 0812-3141-9922.

MANAJEMEN STRATEGIK TEORI DAN IMPLEMENTASI



Dr. Badirun Basir, S.Kom., MM., M.Kom
Eryco Muhdaliha, S.E., M.M
Puryanti, S.KM., M.Kes
Risanty Marisca, S.E., M.Si.
M. Nur Kamila Amrullah, S.Pd., M.M.