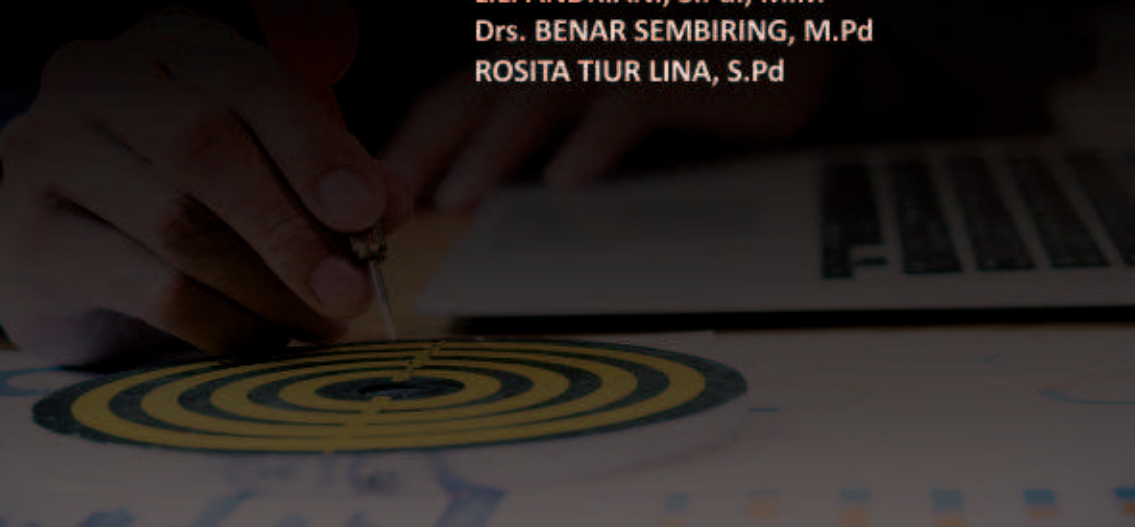




MANAJEMEN STRATEGI

Dr. ZUHRI SAPUTRA HUTABARAT, S.Pd., M.Pd
LILI ANDRIANI, S.Pd., M.M
Drs. BENAR SEMBIRING, M.Pd
ROSITA TIUR LINA, S.Pd



Tentang Penulis



Dr. Zuhri Saputra Hutabarat, S.Pd., M.Pd. Lahir pada tanggal 22 November 1990 di kelurahan Hutabalang Provinsi Sumatera Utara. Penulis memulai pendidikan Strata 1 dan 2 di Universitas Jambi (UNJA), melanjutkan Strata 3 di Universitas Negeri Malang (UM) dengan program studi yang sama yakni Pendidikan Ekonomi. Dalam aktivitas penulis selama ini, berperan dalam Asosiasi Profesi Pendidik Ekonomi Indonesia (ASPROPENDO), mengikuti berbagai kegiatan seminar nasional maupun internasional, menjadi editor dan reviewer jurnal nasional maupun internasional, serta penulis telah memiliki berbagai karya buku dan artikel ilmiah yang telah dipublikasi dalam jurnal internasional maupun nasional.



Lili Andriani, S.Pd., M.M Lahir Jambi, 26 Juni 1974. Penulis memulai pendidikan strata S1 dan S2 di Universitas Batanghari dengan program S1 pendidikan ekonomi dan S2 megister manajemen Universitas Batanghari penulis telah menerbitkan beberapa pulikasi artikel ilmiah di jurnal internasional dan nasional serta telah mengikuti beberapa seminar nasional dan internasional.



Drs. Benar Sembiring, M.Pd. Penulis dilahirkan di Kota Berastagi tanggal 21 Januari 1960. Penulis adalah tenaga pengajar pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah X Padang yang ditugaskan di Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Batanghari Jambi (UNBARI) sejak tahun 1986 sampai dengan sekarang. Pada tahun 1985 Penulis mendirikan Lembaga Pendidikan dan Keterampilan Kembang (LP2K) untuk keahlian akuntansi. Penulis juga pernah menulis Buku Dasar-Dasar Akuntansi I, Dasar-Dasar Akuntansi II dan Hitung Dagang untuk Pendidikan Luar Sekolah. Penulis ditugasi oleh Dikti sebagai assessor sampai dengan sekarang. Beban Kerja Dosen untuk jurusan Pendidikan Ekonomi Akuntansi mulai tahun 2018 sampai dengan sekarang.



Rosita Tiur Lina, S.Pd. Lahir pada tanggal 24 April 1971 di kota Jambi, Provinsi Jambi. Pendidikan strata satu di Universitas Negeri Jambi pada tahun 1996 dan sedang menempuh Strata 2 pada program Studi Pendidikan ekonomi, dimana pada saat kuliah penulis mendapatkan beasiswa SUPERSEMAR dan penerbit buku. Dalam aktivitas penulis selama ini penulis pernah menjadi Juara Guru Prestasi tingkat kota, Guru pavorit tingkat Provinsi Jambi dan Guru Idola Tingkat Provinsi Jambi, dan mengikuti berbagai kegiatan seminar dan menjadi salah seorang Instruktur kewirausaah dan guru Inti pada bidang studi Bisnis Daring dan Pemasaran, dan selanjutnya penulis telah memiliki berbagai karya tulis berupa Penelitian Tindakan Kelas Best Practice dan Publikasi artikel yang di publikasikan oleh media pendidikan dan koran Jambi (Jambi ekspres dan Jambi Independen).

MANAJEMEN STRATEGI

Dr. Zuhri Saputra Hutabarat, S.Pd., M.Pd

Lili Andriani, S.Pd., M.M

Drs. Benar Sembiring, M.Pd

Rosita Tiur Lina, S.Pd



eureka
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

MANAJEMEN STRATEGI

Penulis : Dr. Zuhri Saputra Hutabarat, S.Pd., M.Pd
Lili Andriani, S.Pd., M.M
Drs. Benar Sembiring, M.Pd
Rosita Tiur Lina, S.Pd

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Alfin Nisfulaili M. F., S.Pd

ISBN : 978-623-487-665-9

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, MARET 2023**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2023

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh
isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun,
termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman
lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Melalui tujuan kebijakan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka, program “hak belajar tiga semester di luar program studi” adalah untuk meningkatkan kompetensi lulusan, baik soft skills maupun hard skills, agar lebih siap dan relevan dengan kebutuhan zaman, menyiapkan lulusan sebagai pemimpin masa depan bangsa yang unggul dan berkepribadian. Program-program experiential learning dengan jalur yang fleksibel diharapkan akan dapat memfasilitasi mahasiswa mengembangkan potensinya sesuai dengan passion dan bakatnya.

Buku Manajemen Strategi mata kuliah yang dikembangkan di perguruan tinggi baik bidang pendidikan maupun non kependidikan, buku ini diperuntukkan bagi mahasiswa Strata 1 dalam membantu terwujudnya kebijakan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada teman-teman mahasiswa yang sudah memberi kontribusi baik langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan buku ini. Tentunya ada hal-hal yang ingin penulis berikan kepada masyarakat dari hasil buku ini. Karena itu saya sebagai penulis berharap semoga buku ini dapat menjadi sesuatu yang berguna bagi kita bersama. Semoga buku yang kami buat ini dapat membuat kita mencapai kehidupan yang lebih baik lagi.

Jambi, Maret 2023

Penulis.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1 PENGERTIAN MANAJEMEN STRATEGI.....	1
A. Pengertian Manajemen Strategi	1
B. Tujuan Manajemen Strategi.....	3
C. Manfaat Manajemen Strategi.....	4
D. Proses dan Tahapan Manajemen Strategi	5
E. Cara Menyusun Strategi Bisnis yang Efektif.....	6
F. Sifat Manajemen Strategi	7
G. Keuntungan Manajemen Strategi	8
BAB 2 MANAJEMEN STRATEGI YANG SANGAT BAIK.....	9
A. Manajemen Strategi Yang Sangat Baik.....	12
B. Perkembangan Teori Manajemen Strategi	14
BAB 3 ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL SERTA KEBERLANJUTAN	18
A. Pentingnya Etika Bisnis	19
B. Isu-Isu Dalam Etika Bisnis.....	19
C. Etika Keuangan.....	20
D. Etika Manajemen Sumber Daya Manusia	22
E. Etika Pemasaran	25
F. Etika Produksi	27
G. Etika Teknologi.....	27
H. Hukum Dan Etika Bisnis	28
I. Perusahaan Dan Kebijakan Etika	29
BAB 4 STRATEGI BISNIS DAN KEMAMPUAN ENTREPRENEURSHIP	31
A. Definisi Strategi Bisnis	32
B. Kemampuan <i>Entrepreneurship</i>	38
BAB 5 BAGAIMANA VISI DAN MISI PERUSAHAAN YANG HANDAL	42
A. Definisi Visi dan Misi.....	43
B. Pernyataan Visi dan Misi.....	44
C. Karakteristik Pernyataan Misi.....	45
D. Mengetahui Komponen- Komponen Pernyataan Misi Perusahaan.....	47

BAB 6	PROSES INTERNAL AUDIT	51
	A. Defenisi Internal Audit.....	51
	B. Fungsi Internal Audit	52
	C. Tujuan Internal Audit.....	53
	D. Langkah-langkah dalam Pelaksanaan Proses dalam Audit Internal.....	54
BAB 7	PROSES EKSTERNAL AUDIT	57
	A. Defenisi Audit Eksternal	58
	B. Tujuan Audit Esternal	59
	C. Peran dan Manfaat Audit Eksternal.....	59
	D. Manfaat Audit Eksternal	60
	E. Prosedur Audit Eksternal.....	61
	F. Cara Melakukan Audit Eksternal.....	62
BAB 8	THE QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)	63
	A. Pengertian Dari Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).....	63
	B. Rencana Langkah demi Langkah untuk Menerapkan Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM).....	66
BAB 9	PENERAPAN STRATEGI BISNIS/MANAJEMEN	72
	A. Pengertian Penerapan Bisnis/Manajemen	73
	B. Rumusan Strategi Perusahaan.....	74
	C. Cara Mengimplementasikan Strategi Bisnis.....	75
	D. Masalah yang Sering Terjadi Dalam Implementasi Strategi	76
	E. Manfaat Monitoring dan Evaluasi.....	76
	F. Strategi Pemasaran	77
	G. Penerapan Analisis dan Strategi.....	77
	H. Faktor yang Perlu Diperhatikan Dalam Penerapan staregis bisnis	79

BAB 10 ASPEK STRATEGI MANAJEMEN DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN STRATEGI YANG HANDAL DALAM PERSAINGAN BISNIS YANG BERLANJUT	81
A. Aspek-Aspek Manajemen Startegis	81
B. Pengambilan Keputusan.....	83
BAB 11 ASPEK PENTING PADA SAAT IMPLEMENTASI STRATEGI.....	87
A. Implementasi Strategi	88
B. Cara Mengimplementasikan Strategi Bisnis yang Efektif	90
C. Rumusan Strategi Bisnis Perusahaan Secara Umum ...	91
D. Berbagai Masalah yang Sering Muncul dalam Implementasi Strategi Bisnis	93
E. Manfaat Monitoring dan Evaluasi Dalam Implementasi Strategi Bisnis.....	93
F. Penerapan Analisis dan Strategi Bisnis Perusahaan	94
BAB 12 MONITORING IMPLIKASI STRATEGI DENGAN BAIK	97
A. Pengertian Monitoring.....	98
B. Fungsi Monitoring Implikasi dengan Baik	98
C. Tujuan dan Sasaran Monitoring Implikasi dengan Baik	99
D. Kaitan Sistem Monitoring dan Evaluasi (M&E) dalam Strategi Proyek.....	100
E. Langkah-langkah Penyusunan Program Monitoring, Supervisi, dan Evaluasi.....	103
F. Prinsip Dasar Monitoring dan Evaluasi	104
G. Metode Monitoring dan Evaluasi	106
DAFTAR PUSTAKA.....	110
TENTANG PENULIS.....	115

BAB 1

PENGERTIAN MANAJEMEN STRATEGI

Pada dasarnya "strategi" sering kali digunakan pada bidang kemiliteran terlebih pada saat perang untuk mengatur satagar meraih kernenangan dalam peperangan tersebut. Namun, seiringperkembangan zaman dan juga meningkatnya ilmu pengetahuan matta strategi sudah memasuki semua aspelt kehidupan dalam kehidupan pribadi seseorang dalam mencapai kesuksesan maupun kesuksesan suatu kelompok organisasi. Tidak dapat dipup ngltiri kegiatan man usia jika menginginkan ijuannya dapat terealisasi ikanmatta sema proses dalam mencapai tujuan tersebut harusdiperhatikan dan diperömbangkan dari awal merencanakan strategi hingga mengirim lementasikan strategi. Sebagaimana yang telah dijelaskan diatas bahwa strategi berbicara mengenai bagaimana memimpikan dan merealisasikan masa depan maka definisi ini merujuk pada kedua hal yaitu menetapkan cita-cita masa depan dan menghasil kannnttik merealisasikan cita-cita tersebut Menciptakan cita-cita dan menghasilkan aksi merupakan hal yang sanna penöngnya, kedua poin ini merupakan gambaran yang mengcover dari tujuan manajemen strategi. Ruang lingkup manajemen strategi yaitu meliputi semua kegiatan maupun proses dalam menghadapi tantangan, mengambil peluang, mempertahankan.

A. Pengertian Manajemen Strategi

Pengertian Manajemen Strategi adalah suatu proses atau rangkaian aktivitas pengambilan keputusan yang sifatnya mendasar dan menyeluruh, disertai dengan penetapan cara pelaksanaannya, yang dibuat oleh pimpinan organisasi dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam organisasi

BAB 2

MANAJEMEN STRATEGI YANG SANGAT BAIK

Manajemen Strategis bisa diartikan sebagai proses yang dirancang secara sistematis guna merumuskan, menjalankan, dan mengevaluasi strategi dalam untuk mewujudkan visi organisasi. Pimpinan organisasi atau top manajemen biasanya dihadapkan pada proses pengambilan keputusan yang kompleks dalam mengelola aktivitas bisnisnya, untuk itu diperlukan pemikiran yang strategis dalam proses manajemen. Buku ini disusun untuk memenuhi kebutuhan pengetahuan tentang manajemen strategis yang terkait dengan pengelolaan bisnis atau pengayaan materi perkuliahan bagi mahasiswa baik untuk jenjang strata maupun mahasiswa program strata dua (pascasarjana). Buku ini disusun dengan sistematika yang komprehensif dan runtut yang menggambarkan secara utuh tentang manajemen strategis, visi dan misi organisasi, etika bisnis dalam organisasi, analisis tentang lingkungan bisnis, analisis perubahan struktur organisasi dan orientasi kepemimpinan, peranan budaya organisasi dalam manajemen strategis, merumuskan tujuan dan strategi jangka panjang, perumusan strategi, implementasi strategi serta pengendalian dan evaluasi manajemen strategis.

Manajemen strategis adalah serangkaian dan tindakan manjerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategis meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi, (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, dan evaluasi dan pengendalian. Manajemen strategi menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman lingkungan dengan melihat

BAB 3

ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL SERTA KEBERLANJUTAN

Bidang etika yang berhubungan dengan pertanyaan-pertanyaan etis dalam berbagai bidang seperti medis, teknik, hukum dan etika bisnis. Etika bisnis dapat menjadi suatu disiplin ilmu baik normatif maupun deskriptif. Sebagai praktik perusahaan dan spesialisasi karir, bidang ini terutama normatif. Cakupan dan kuantitas etika bisnis mencerminkan derajat yang usahanya dianggap bertentangan dengan nilai-nilai sosial non-ekonomi.

Dalam beberapa kasus, perusahaan harus merumuskan kembali nilai-nilai inti mereka dalam terang pertimbangan etika bisnis. Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan (sumber: Wikipedia). CSR berhubungan erat dengan "pembangunan berkelanjutan", di mana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau deviden melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang. Etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan dua permasalahan yang seringkali kurang diperhatikan oleh para pelaku bisnis karena itu dalam artikel ini akan dibahas bagaimana hubungan etika bisnis dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

BAB 4

STRATEGI BISNIS DAN KEMAMPUAN ENTREPRENEURSHIP

Dalam era persaingan global dan kompetisi yang semakin ketat saat ini, perusahaan harus mampu melakukan terobosan dan inovasi baru serta menggunakan seluruh sarana dan teknologi yang tersedia untuk tetap dapat hidup, hal ini dapat dipahami mengingat setiap perusahaan pasti memiliki tujuan untuk mewujudkan pertumbuhan dan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang (Susetyaningsih, 2008).

Mengingat hal tersebut menuntut perusahaan untuk lebih meningkatkan kemampuan dan daya saing yang mereka miliki agar perusahaan tersebut mampu terus bertahan dengan para pesaing baru. Semua tujuan itu hanya dapat dicapai jika perusahaan mampu mengefektifkan fungsi semua bagian yang ada dalam organisasi perusahaan dengan baik.

Organisasi yang baik adalah yang memiliki tujuan yang jelas berdasarkan visi dan misi yang disepakati pendirinya. Untuk mewujudkan tujuan tersebut dibutuhkan cara untuk mencapainya yang disebut dengan strategi. Selanjutnya disusun rencana (*plan*), kebijakan (*policies*) hingga pencapaian dan program aksi (Allison, 2005). Dalam penerapannya, bisa saja unsur tersebut mengalami perubahan sebagai akibat dari tidak terpenuhinya asumsi-asumsi yang dipakai dalam perencanaan, misalnya karena sumber daya yang didapat tidak sesuai dengan harapan. Bisa pula disebabkan oleh tujuan yang terlalu abstrak sehingga sangat jauh dari apa yang diharapkan. Setiap organisasi tentu memiliki perencanaan, dan bagi lingkup perusahaan dikenal sebagai strategi bisnis. Dimana strategi ini dapat membantu kita mengevaluasi secara berkala untuk

BAB 5

BAGAIMANA VISI DAN MISI PERUSAHAAN YANG HANDAL

Sering kali visi dan misi dipandang sebelah mata oleh beberapa orang, padahal untuk membangun sebuah organisasi atau perusahaan diperlukan dasar yang kokoh, dasar yang sangat penting itu adalah visi dan misi. Visi merupakan sesuatu yang didambakan untuk dimiliki dimasa depan. Visi menggambarkan aspirasi masa depan tanpa menspesifikasi cara-cara untuk mencapainya, visi yang efektif adalah visi yang mampu membangkitkan inspirasi. Misi adalah bentuk yang didambakan dimasa depan.

Sedangkan Misi merupakan sebuah pernyataan yang menegaskan visi lewat pilihan bentuk atau garis besar jalan yang akan di ambil untuk sampai pada misi yang telah lebih dulu dirumuskan. Keduanya tidak memiliki dimensi ukurkuantitatif. Sebagai konsep yang ideala visi dan misi ini harus diterjemahkan lagi dalam konsep yang lebih nyata dan terukur yaitu tujuan. Tujuan sebagai konsep yang jauh lebih rill.

Proses perumusan visi-misi maupun tujuan dari sebuah program bukanlah proses yang mudah dan tanpa perenungan. Proses ini adalah proses yang subyektif dan sangat tergantung pada iklimprogram. Yang paling pentin adalah bagaimana membangun visi-misi dan tujuan melalui proses yang sedemokratis yang selanjutnya adalah bagaimana interaksi dari bahasaan analisa, Visi dan misi dapat merumuskan sebuah tujuan yang rill dan terukur dalam perjalanan roda organisasi.

BAB 6

PROSES INTERNAL AUDIT

A. Defenisi Internal Audit

Sebelum menerbitkan laporan keuangan untuk *stakeholder*, perusahaan perlu mengajukan terlebih dulu laporan tersebut dalam beberapa tahapan audit, salah satunya adalah internal audit. Seperti namanya, audit internal adalah proses pemeriksaan, verifikasi, dan uji layak laporan akuntansi yang dilakukan oleh auditor dalam perusahaan itu sendiri.

Meski dilakukan oleh “orang dalam”, proses internal audit tidak boleh dikendalikan bisnis pengampunya. Sebab nantinya, laporan hasil audit internal akan kembali diserahkan pada auditor eksternal untuk melalui proses pemeriksaan selanjutnya. Ingin tahu lebih lengkapnya soal topik ini? Simak penjelasan di bawah ini sampai habis ya!

Secara definitif, audit internal adalah proses penilaian dan evaluasi terhadap pengelolaan bisnis oleh manajemen perusahaan, termasuk bagaimana kinerja finansial dan proses pelaporan akuntansinya disusun. Tujuan internal audit adalah supaya laporan kinerja suatu perusahaan tidak mengandung cacat, baik dari segi administratif maupun intrinsiknya.

Selain memberi nilai dan evaluasi, seorang auditor internal biasanya juga akan memberi masukan-masukan apabila laporan kinerja (terutama berkaitan keuangan) mengandung hal-hal berpotensi menurunkan reputasi bisnis. Sehingga saat laporan dibawa ke tahap audit eksternal, perusahaan akan terbebas dari risiko menerima opini audit final yang kurang baik.

BAB 7

PROSES EKSTERNAL AUDIT

Di dalam masyarakat yang sudah maju perekonomiannya, sangat diperlukan adanya komunikasi data keuangan dan data ekonomi lainnya. Perekonomian masyarakat tersebut dicerminkan dalam bentuk organisasi badan usaha yang besar dimana para pemilik atau penanam modalnya sudah menyebar ke segala pelosok daerah dan operasinya yang sudah mejangkau secara luas bahkan sampai ke luar negeri.

Kegiatan audit sangat diperlukan untuk memeriksa laporan keuangan yang disajikan, tujuannya agar dapat menghasilkan laporan keuangan yang dapat memberikan informasi yang relevant dan reliable. Auditing adalah proses yang sistematis untuk menghimpun dan mengevaluasi bukti-bukti secara obyektif mengenai asersi-asersi tentang berbagai tindakan dan kejadian ekonomi untuk menentukan tingkat kesesuaian antara asersi-asersi tersebut dengan kriteria yang telah ditentukan dan menyampaikan hasilnya kepada para pemakai yang berkepentingan.

Auditor eksternal menjadi bagian penting dalam mekanisme penilaian informasi, dimana auditor eksternal mempunyai peran dalam memberikan keyakinan untuk melindungi hak-hak investor. Dalam penggunaan jasa auditor eksternal, perusahaan mengeluarkan biaya untuk membayar jasa auditor eksternal. Biaya ini biasanya disebut juga dengan fee audit.

Auditor Eksternal, merupakan para auditor yang bekerja pada perusahaan akuntan publik, dimana salah satu jasa yang ditawarkan oleh kantor akuntan publik ialah jasa yg memeriksa

BAB 8

THE QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)

Formulasi strategi diperlukan sebuah organisasi untuk menentukan tindakan alternatif yang paling memungkinkan dalam rangka mencapai visi, misi dan tujuannya, serta untuk mengembangkan strategi yang sudah ada sebelumnya. Namun, meskipun banyak bukti empiris mengemukakan pentingnya sebuah formulasi strategi didalam organisasi, seperangkat strategi alternatif yang paling menarik harus dikembangkan, diprioritaskan, dan dipilih. *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* merupakan salah satu alat yang sangat tepat untuk membuat prioritas yang diperlukan dan efektif dalam menyusun rencana strategis. Penelitian ini bertujuan untuk membuat formulasi strategi alternatif yang tepat dengan menerapkan analisis *QSPM*. Metode deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi prioritas strategi alternatif.

A. Pengertian Dari Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Bagi sebuah organisasi, formulasi strategi penting dilakukan untuk menentukan tindakan alternatif yang paling memungkinkan organisasi untuk mencapai visi, misi dan tujuannya. Selain itu formulasi strategi juga berguna untuk mengembangkan strategi organisasi yang sudah ada sebelumnya. Tujuan, visi, dan misi perusahaan saat ini, ditambah dengan analisis lingkungan eksternal dan internal, memberikan dasar untuk menghasilkan dan mengevaluasi

BAB 9 | PENERAPAN STRATEGI BISNIS/MANAJEMEN

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan taktik dan operasinya. Dalam sebuah perusahaan umumnya berupaya untuk selalu dapat mencapai tujuan dan sasarnya didalam persaingan yang semakin ketat. Pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan diukur dengan besarnya total keuntungan perusahaan, tingkat keuntungan terhadap modal investasi perusahaan, dan penguasaan pasar dengan share terbesar.

Keberhasilan pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan hanya dimungkinkan bila perusahaan itu mempunyai keunggulan bersaing. Keberhasilan suatu organisasi, ditentukan oleh kemampuan pemimpin organisasi tersebut dalam menetapkan strategi yang tepat saat menjalankan organisasinya dan memanfaatkan lingkungan, dengan memilih pengorganisasian sumber daya internal yang tepat. Ketetapan strategi yang ditetapkan pemimpin suatu organisasi, didasarkan pada pemikiran strategi yang dimiliki serta pengalaman pembelajarannya dalam situasi lingkungan yang terus berubah.

Proses yang dilakukan oleh ahli strategi tersebut, digunakan sebagai pemikiran strategi formal untuk panduan dalam menetapkan keputusan manajemen. pola pemikiran seperti itulah yang dikembangkan dalam manajemen strategi. Manajemen strategi dapat di definisikan sebagai sebagai seni dan pengetahuan

BAB 10

ASPEK STRATEGI MANAJEMEN DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN STRATEGI YANG HANDAL DALAM PERSAINGAN BISNIS YANG BERLANJUT

A. Aspek-Aspek Manajemen Strategis

Menurut Sukanto Reksohadiprodjo, aspek-aspek manajemen strategi antara lain pengungkapan visi dan misi badan usaha, penentuan tujuan-tujuan, menciptakan strategi, mengimplementasikan dan melaksanakan strategi, serta menilai kinerja dan melaksanakan penyesuaian-penyesuaian serta tindakan korektif. Sedangkan menurut Thompson dan Strickland dalam bukunya *Strategic Management* yang telah dialih bahasa ke dalam Bahasa Indonesia, secara umum, manajemen strategi memiliki aspek-aspek strategi yang senantiasa dipertimbangkan dalam menentukan strategi yang akan dilaksanakan. Aspek-aspek tersebut antara lain:

1. Mengembangkan visi dan misi organisasi

Setiap organisasi membutuhkan misi-pernyataan mengenai maksud organisasi. Misi tersebut menjawab pertanyaan: apakah alasan kita untuk berada dalam usaha ini? dan penting pula bagi manajer untuk mengidentifikasi sasaran terkini yang ada dan strategi yang sekarang digunakan.

2. Mengatur tujuan organisasi

Mengetahui terlebih dulu apa yang menjadi tujuan organisasi itu berdiri, sebelum merumuskan strategi dan sebagainya.

3. Merumuskan strategi untuk mencapai tujuan

Para manajer perlu menyusun dan mengevaluasi berbagai alternatif strategi dan kemudian memilih strategi-

BAB

11

ASPEK PENTING PADA SAAT IMPLEMENTASI STRATEGI

Tujuan dan alasan keberadaan suatu bisnis adalah hal prinsip yang harus dipegang teguh seorang pebisnis. Keduanya menjadi visi dan mewakili *value* dari sebuah perusahaan. Karakter sebuah perusahaan didapat dari tujuan dan alasan keberadaan perusahaan. Bersamaan dengan itu, ada misi yang bersifat adaptif. Ia berubah sesuai dengan perubahan lingkungan, teknologi, dan ekonomi. Singkat kata, untuk membangun perusahaan yang baik, Anda harus menetapkan visi dan misi perusahaan Anda. Namun, seiring perkembangan bisnis yang pesat, kedua hal tersebut tidak lagi cukup. Ada satu komponen lagi yang harus hadir untuk membuat perusahaan Anda kuat, yaitu implementasi strategi bisnis.

Jika Anda menginginkan bisnis yang kuat, kompetitif, dan berkembang, Anda tidak boleh hanya sekedar menjual produk dan berpikir bahwa yang penting laku. Anda harus bersungguh-sungguh membangun sebuah bisnis yang hebat, jangan sampai laba sedikit lalu Anda menjadi puas dan lengah. Apalagi jika bisnis Anda bisnis *online*, di mana Anda bisa menjalankan bisnis sambil bersantai-santai.

Sebagai pengingat, di luar sana banyak kompetitor yang selalu memiliki ide baru dan unik sebagai strategi untuk mengembangkan usahanya. Jangan sampai pelanggan-pelanggan lama Anda berpaling dan mengkonsumsi produk kompetitor Anda. Oleh sebab itu, Anda perlu implementasi strategi bisnis, baik untuk bisnis *online* maupun secara konvensional.

BAB

12

MONITORING IMPLIKASI STRATEGI DENGAN BAIK

Indeks keberhasilan sekolah dalam menjalankan programnya dilihat dari kesesuaian proses dengan apa yang direncanakan, kesesuaian dalam pencapaian tujuan, penggunaan dan pemanfaatan sumberdaya yang efektif dan efisien, serta kemampuan dalam memberikan jaminan terhadap kesesuaian proses dan pencapaian tujuan melalui satu mekanisme kendali yang harmonis dan melekat utuh dalam sistem.

Mekanisme kendali yang dimaksudkan adalah sebuah upaya sistematis yang merupakan bagian dari manajemen untuk mengamankan sistem dimana setiap komponen dalam sistem memiliki satu keterpaduan dan tidak terjadi penyimpangan yang besar dari rencana yang sudah di buat. Sebagai sebuah mekanisme, kendali yang terjadi memadukan antara tuntutan-tuntutan atas pelaksanaan standar pekerjaan dan kedewasaan secara psikologis sebagai bagian dari tanggungjawab sebagai anggota organisasi. Pemaduan diantara keduanya akan memberikan kemudahan bagi pimpinan dalam menegawasi bawahannya, disatu sisi bawahan tidak akan merasa tertekan karena proses pengawsan yang dilakukan.

Proses monitoring terhadap pelaksanaan pekerjaan bawahan dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta, data, dan informasi dalam proses upaya pencapaian tujuan, apakah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan? Tidak terjadi penyimpangan? Monitoring menghendaki pimpinan untuk secara langsung melihat proses yang terjadi, juga dengan dukungan dokumen-dokumen dan pendapat-pendapat dari yang dimonitor, hal ini dilakukan

DAFTAR PUSTAKA

- Albertson, Todd. (2007). *The Gods of Business: The Intersection of Faith and the Marketplace*. Los Angeles, CA: Trinity Alumni Press. ISBN 0615138004.
- Amir, Taufiq. 2011. *Manajemen Strategik " Konsep dan Aplikasi"*. Jakarta. PT Raja GrafindoPersada
- Andersen, B. (2006). *Intellectual property rights: innovation, governance and the institutional environment*, Edward Elgar Publishing ISBN 1845422694
- Boldrin, M. and D. K. Levine (2008). *Against Intellectual Monopoly*. Cambridge, Cambridge University Press. Behrman, Jack N. (1988). *Essays on Ethics in Business and the Professions*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. ISBN 0132836238.
- Bowie, Norman E. (1999). *Business Ethics, A Kantian Perspective*. Blackwell Publishing. ISBN 0631211748.
- California, Stanford Dobson, J. (1997). *Finance Ethics: The Rationality of Virtue*. New York, Rowman & Littlefield Publishers, Inc. ISBN 0847684024
- Carroll, A. and Buchholtz, A. (2003) *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*.
- Clarkson, M. (1995) A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*. Vol.20, pp.92 -117.
- Cullather, N. and P. Gleijeses (2006). *Secret History: The CIA's Classified Account of Its Operations in Guatemala, 1952–1954*.
- Davies, M. (2007). *Property: Meanings, histories, theories*. Oxon, Routledge-Cavendish ISBN 0415429331
- Davis, K. and Blomstrom, R. (1975) *Business and Society: Environment and Responsibility*, McGraw - Hill, New York.

- Dian Sudiantini, D. S. "Manajemen Strategi." (2022). Johan, Suwinto. "Implementasi strategi bisnis dan korporasi melalui merger dan akuisisi." *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen* 3.1 (2011): 68-81.
- Drahos, P. and J. Braithwaite (2002). *Information Feudalism: who owns the knowledge economy*. London, Earthscan ISBN 1853839175
- Elliott, C. & Turnbull, S. (2005), *Critical Thinking in Human Resource Development* (pp. 141-154). London: Routledge ISBN 0415329175
- Fombrun, C. (2000) The value to be found in corporate reputation The public's view of a company not only acts as a reservoir of goodwill, but also boosts the bottom line. *Financial Times* December 4 2000
- Frederic, R. E. (2002) *A Companion to Business Ethics*. Massachusetts, Blackwell ISBN 1405101024
- George, Richard T. de (1999). *Business Ethics*. Prentice Hall. ISBN 0-13-079772-3.
- Griffin, J. and Mahon, J. (1997) The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance Debate: Twenty five years of incompatible research. *Business and Society*. Vol. 36. pp.5 -31
- Hamowy, R; Kuznicki, J and Steelman, A. (2008) *The Encyclopedia of Libertarianism*. Los Angeles.
- Hapsari, Erlina Dyah., 2013, Pengaruh Fungsi Audit Internal Terhadap Fee. Auditor Eksternal, *Jurnal Akuntansi* Vol. 02 No.02 halaman: 1-10,
- Hartman, Laura (2004). *Perspectives in Business Ethics*. Burr Ridge, IL: McGraw-Hill. ISBN 0256233179.
- Harwood, Sterling (1996). *Business as Ethical and Business as Usual*. Belmont, CA: The Thomson Corporation. ISBN 0867209712.

- Jackson, Kevin (2004). *Building Reputational Capital*. New York, NY: Oxford University Press. ISBN 0195161386.
- Jones, C., M. Parker, et al. (2005). *For Business Ethics: A Critical Text*. London, Routledge ISBN 0415311357.
- Machan, T. R. (2007). *The Morality of Business: A Profession for Human Wealthcare*. Boston, Springer ISBN 0387489061
- Maignan, I., and Ferrell, O. (2001) Corporate citizenship as a marketing instrument - Concepts, evidence and research directions. *European Journal of Marketing*. Vol.35 No.3/4 pp.457-484
- Maignan, I., Ferrell, O. and Tomas, G.(1999) Corporate Citizenship: Cultural Antecedents and Business Benefits. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Volume 27, No. 4, pages 455-469.
- Matten, D, Crane, A. and Chapple, W. (2003) Behind the mask: Revealing the true face of corporate citizenship. *Journal Business Ethics* Vol. 45, Issue1 pp109
- Menon, A. and Menon, A. (1997) Enviropreneurial marketing strategy: the emergence of corporate environmentalism as marketing strategy. *Journal of Marketing*. Vol. 61, pp.51 – 67
Millennium Poll on Corporate Responsibility „Environics International Ltd“ in cooperation with The Prince of Wales Trust September 1999. University Press ISBN 0804754683
- Murphy, P. E. (2002). *Marketing Ethics at the Millennium: Review, Reflections and Recommendations*. Blackwell Guide to Business Ethics.
- N. E. Bowie. Oxford, Blackwell O'Neill, J. (1998). *The Market: Ethics, Knowledge and Politics*. London, Routledge ISBN 0415098270
- Nasution, Manahan., 2003, *Sekilas Tentang Internal Auditor*, Digitized by USU digital library

- Pinnington, A. H.; Macklin, R. & Campbell, T. (2007) *Human Resource Management: Ethics and Employment* Oxford: Oxford University Press ISBN 0199203792
- Robertson, L. G. (2005). *Conquest by Law: How the Discovery of America Dispossessed Indigenous Peoples of Their Lands.* Oxford, Oxford University Press ISBN 019514869X
- Sage Reference Hasnas, J. (2005). *Trapped: When acting ethically is against the law.* Washington DC, Cato Institute ISBN 1930865880
- Singer, J. W. (2000). *Entitlement: The Paradoxes of Property.* New Haven, Yale University Press ISBN 0300080190
- Sule Erni Tisnawati & Saefullah Kurniawan. 2008. "PengantarManajemen". Jakarta. Prenada Media Group
- Thomson. Ohio Carroll, A. (1998) *The Four Faces of Corporate Citizenship.* *Business and Society Review*, September, vol. 100, no. 1, pp. 1-7
- Waddell, S. (2000) *New institutions for the practice of corporate citizenship; Historical Intersectoral, and Developmental Perspectives'*. *Business and Society Review*, Vol. 105, pp.323 - 345.
- Wartick, S. and Cochran, P. (1985) *The Evolution of the Corporate Social Performance Model.* *Academy of Management Review*, Vol.10, pp.767.
- WBCSD (8 September 1999). *Corporate Social Responsibility: Meeting changing expectation.* World Business Council for Sustainable Development. ISBN 2-94- 024007-8.
- WBCSD (8 September 2010). *Corporate Social Responsibility: Making good business sense.* World Business Council for Sustainable Development. ISBN 2-94- 024007-8.

WBCSD (8 September 2010). The Business Case for Sustainable Development. World Business Council for Sustainable Development. ISBN 2-94-024019-1.

TENTANG PENULIS



Dr. Zuhri Saputra Hutabarat, S.Pd., M.Pd lahir pada tanggal 22 November 1990 di kelurahan Hutabalang Provinsi Sumatera Utara. Penulis dilahirkan dari pasangan Ayahanda Haposan Hutabarat dan Ibunda Elly Sumarni Nasution. Penulis memulai pendidikan Strata 1 dan 2 di Universitas Jambi (UNJA), melanjutkan Strata 3 di Universitas Negeri Malang (UM) dengan program studi yang sama yakni Pendidikan Ekonomi. Pada saat kuliah penulis telah mendapatkan berbagai beasiswa diantaranya beasiswa PPA, beasiswa LPDP Kementerian Keuangan, beasiswa BPPDN Kemendikbud. Dalam aktivitas penulis selama ini, berperan dalam Asosiasi Profesi Pendidik Ekonomi Indonesia (ASPROPENDO), mengikuti berbagai kegiatan seminar nasional maupun internasional, menjadi editor dan reviewer jurnal nasional maupun internasional, serta penulis telah memiliki berbagai karya buku dan artikel ilmiah yang telah dipublikasi dalam jurnal internasional maupun nasional.



Lili Andriani, MR. S.Pd. MM Lahir Jambi, 26 Juni 1974 dilahirkan pada pasangan Ayahanda M. Rusli dan Ibunda Nyimas Nuraini penulis memulai pendidikan strata S1 dan S2 di Universitas Batanghari dengan program S1 pendidikan ekonomi dan S2 megister manajemen Universitas Batanghari penulis telah menerbitkan beberapa pulikasi artikel ilmiah di jurnal internasional dan nasional serta telah mengikuti beberapa seminar nasional dan internasional.



Drs. Benar Sembiring, M.Pd. Penulis dilahirkan di Kota Berastagi tanggal 21 Januari 1960, menyelesaikan Pendidikan Strata 1 Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Pendidikan Ilmu Sosial IKIP Medan sekarang Universitas Negeri Medan tahun 1985, menyelesaikan Pendidikan Strata 2 Jurusan Teknologi Pendidikan di Universitas Jambi pada Tahun 2011. Penulis adalah tenaga pengajar pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah X Padang yang ditugaskan di Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Batanghari Jambi (UNBARI). Sejak tahun 1986 sampai dengan sekarang. Penulis juga pernah mengajar sebagai dosen luar biasa pada FKIP Universitas Jambi pada tahun 1985 sampai dengan 1990. Pada tahun 1985 Penulis mendirikan Lembaga Pendidikan dan Keterampilan Kembang (LP2K) untuk keahlian akuntansi. Penulis pernah ditugasi sebagai penilai ujian Nasional Akuntansi Tahun 1990 sampai 2016. Penulis pernah ditugasi menulis Buku Pengantar Akuntansi oleh Kopertis Wilayah X tahun 2004. Penulis juga pernah menulis Buku Dasar-Dasar Akuntansi I, Dasar-Dasar Akuntansi II dan Hitung Dagang untuk Pendidikan Luar Sekolah. Penulis ditugasi oleh Dikti sebagai assessor sampai dengan sekarang. Beban Kerja Dosen untuk jurusan Pendidikan Ekonomi Akuntansi mulai tahun 2018 sampai dengan sekarang.



Rosita Tiur Lina, S.Pd lahir pada tanggal 24 april 1971 di kota Jambi, Provinsi Jambi. Penulis dilahirkan dari pasangan ayahanda Iskandar Hutabarat dan Ibunda Naemas Sitompul. Pendidikan strata satu Penulis di Universitas Negeri Jambi pada tahun 1996 pada Pendidikan Dunia Usaha dan sedang menempuh Strata 2 pada program Studi Pendidikan ekonomi, dimana pada saat kuliah penulis mendapatkan beasiswa SUPERSEMAR dan penerbit buku. Dalam aktivitas penulis selama ini penulis pernah menjadi Juara Guru Prestasi tingkat kota, Guru pavorit tingkat Provinsi Jambi dan Guru Idola Tingkat Provinsi Jambi, dan mengikuti berbagai kegiatan seminar dan menjadi salah seorang Instruktur kewirausahaan dan guru Inti pada bidang studi Bisnis Daring dan Pemasaran, dan selanjutnya penulis telah memiliki berbagai karya tulis berupa Penelitian Tindakan Kelas Best Praktice dan Publikasi artikel yang di publikasikan oleh media pendidikan dan koran Jambi (Jambi ekspres dan Jambi Independen).