

Editor : Livana P.H



Buku Ajar

MANAGEMENT STRATEGIC

Amin Kuncoro
Agus Aji Samekto

Buku Ajar MANAGEMENT STRATEGIC

Buku "Manajemen Strategi: Teori dan Praktik" adalah panduan komprehensif yang membahas konsep-konsep kunci dalam manajemen strategi dan bagaimana menerapkannya dalam konteks bisnis yang nyata. Buku ini dirancang untuk membantu pembaca memahami esensi dari manajemen strategi, mulai dari analisis lingkungan hingga implementasi strategi yang efektif.

Buku ini juga membahas isu-isu terkini dalam manajemen strategi, seperti pengaruh globalisasi, teknologi digital, keberlanjutan, dan etika bisnis. Dengan studi kasus nyata, pertanyaan reflektif, dan saran praktis, buku ini menjadi panduan yang komprehensif bagi mahasiswa, praktisi bisnis, dan siapa pun yang tertarik memahami dan mengimplementasikan manajemen strategi dalam konteks bisnis yang kompleks dan dinamis.

"Manajemen Strategi: Teori dan Praktik" dirancang untuk menjadi sumber rujukan yang berharga bagi pembaca yang ingin mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang strategi bisnis dan mencapai keberhasilan bersama dengan perusahaan mereka.

BUKU AJAR MANAGEMENT STRATEGIC

Amin Kuncoro
Agus Aji Samekto



eureka
media aksara

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

**BUKU AJAR
MANAGEMENT STRATEGIC**

Penulis : Amin Kuncoro
Agus Aji Samekto

Editor : Livana P.H

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Sri Rahayu Utari

ISBN : 978-623-120-608-4

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, APRIL 2024**
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 : 2024

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.

PRAKATA

Selamat datang di "**Buku Ajar Manajemen Strategic**". Buku ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang konsep-konsep kunci dalam manajemen strategi serta menghubungkannya dengan praktik bisnis yang relevan. Melalui buku ini, kami berharap pembaca dapat memperoleh wawasan yang berharga tentang bagaimana organisasi dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan bisnis mereka.

Tujuan dan Ruang Lingkup

Tujuan utama buku ini adalah membantu pembaca memahami konsep dasar manajemen strategi, mulai dari analisis lingkungan hingga implementasi strategi. Kami akan membahas berbagai teori dan model strategis yang relevan, serta menyajikan studi kasus dan contoh-contoh nyata untuk memperkuat pemahaman pembaca.

Buku ini mencakup berbagai topik penting, termasuk formulasi strategi, evaluasi lingkungan eksternal dan internal, analisis SWOT, pengambilan keputusan strategis, implementasi strategi, dan evaluasi kinerja strategis. Setiap bab disusun secara sistematis untuk memfasilitasi pembelajaran yang terstruktur dan mendalam.

Pendekatan

Kami mengadopsi pendekatan yang menggabungkan teori dengan aplikasi praktis dalam buku ini. Pembaca akan menemukan bahwa setiap konsep teoritis disertai dengan contoh-contoh kasus riil dan pertanyaan reflektif yang dirancang untuk mendorong pemikiran kritis dan analisis strategis.

Selain itu, kami menekankan pentingnya adaptabilitas dan inovasi dalam manajemen strategi di era yang terus berubah. Buku ini juga mempertimbangkan isu-isu terkini seperti globalisasi, teknologi digital, keberlanjutan, dan etika bisnis yang semakin relevan dalam pengambilan keputusan strategis.

Harapan Kami

Kami berharap bahwa buku ini akan menjadi sumber yang berharga bagi mahasiswa, praktisi bisnis, dan siapa pun yang tertarik untuk memperdalam pemahaman tentang manajemen strategi. Kami juga berharap pembaca dapat mengaplikasikan konsep-konsep yang dipelajari dalam situasi bisnis nyata untuk mencapai keberhasilan dan keunggulan bersaing. Terima kasih atas minat dan dukungan Anda terhadap buku ini. Semoga buku ini memberikan kontribusi positif dalam pengembangan pengetahuan dan keterampilan strategis Anda.

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Konsep Dasar Manajemen Strategi.....	1
B. Perencanaan Dari Manajemen Strategi	3
C. Rangkuman.....	7
D. Latihan.....	8
BAB 2 VISI DAN MISI	10
A. Pendahuluan.....	10
B. Visi.....	11
C. Misi	12
D. Perkembangan Visi dan Misi	14
E. Analisis Lingkungan	16
F. Rangkuman.....	18
G. Latihan.....	18
BAB 3 ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL	20
A. Lingkungan Eksternal.....	20
B. Lingkungan Eksternal Perusahaan (ETOP)	23
C. Penyusunan Matrix.....	24
D. Rangkuman.....	26
E. Latihan.....	27
BAB 4 ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL	28
A. Pendekatan Analisis Lingkungan Internal.....	28
B. Pendekatan Fungsional.....	30
C. Rangkuman.....	31
D. Latihan.....	31
BAB 5 FORMULASI STRATEGI.....	33
A. Pengertian Formulasi Strategi	33
B. Analisis SWOT.....	35
C. Model Persaingan.....	37
D. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Persaingan.....	38
E. Pemasok Dari Luar.....	42
F. Rangkuman.....	43

	G. Latihan.....	44
BAB 6	TINGKATAN MANAJEMEN STRATEGI.....	46
	A. Tingkatan Strategi.....	46
	B. Strategi Perusahaan	48
	C. Rangkuman	49
	D. Latihan.....	49
BAB 7	IMPLEMENTASI STRATEGI.....	51
	A. Pengertian.....	52
	B. Mengorganisasi Tindakan.....	53
	C. Prosedur Program dan Anggaran	54
	D. Struktur Mengikuti Strategi.....	56
	E. Tahap Pengembangan Perusahaan	58
	F. Rangkuman	59
	G. Latihan.....	60
BAB 8	ANALISIS DAN PEMILIHAN STRATEGI	61
	A. Pengertian.....	61
	B. Proses Pemilihan Strategi.....	63
	C. Analisis Kesenjangan.....	65
	D. Pemilihan Strategi Umum.....	67
	E. Model Kelompok Strategi Umum	67
	F. Rangkuman	69
	G. Latihan.....	69
BAB 9	EVALUASI STRATEGI.....	71
	A. Pengertian.....	71
	B. Hakikat Evaluasi Strategi.....	73
	C. Mengukur Kinerja Organisasi	74
	D. <i>Balance Score Card</i>	75
	E. Rangkuman	79
	F. Latihan.....	80
BAB 10	LINGKUNGAN BISNIS	81
	A. Pengertian.....	82
	B. Dampak Perubahan Lingkungan Bisnis bagi Perusahaan	84
	C. Dampak Perubahan Lingkungan Bisnis bagi Organisasi.....	86

D. Dampak Perubahan Lingkungan Bisnis bagi Akuntansi Manajemen.....	88
E. Rangkuman.....	90
F. Latihan.....	91
BAB 11 TOPIK PENTING MANAJEMEN STRATEGI.....	92
A. Etika Manajemen Bisnis.....	92
B. Etika dan Kondisi Lingkungan Bisnis	96
C. Rangkuman.....	100
D. Latihan.....	100
BAB 12 ISU-ISU GLOBAL MANAJEMEN STRATEGIK	102
A. Manajemen Bisnis dengan Era Global.....	103
B. Globalisasi Integrasi Internasional.....	104
C. Rangkuman.....	108
D. Latihan.....	108
BAB 13 ANALISIS SWOT.....	110
A. Pengertian	110
B. Contoh Analisis SWOT	112
C. Rangkuman.....	114
D. Tugas	114
DAFTAR PUSTAKA	116
TENTANG PENULIS	117

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Allah SWT akhirnya “**Buku Ajar Manajemen Strategic**” ini dapat terselesaikan. Dari lubuk hati yang paling dalam saya ucapkan terima kasih dan hormat kepada:

1. Keluarga saya (Istri tercinta, Budi Siswiyanti) yang telah mendampingi dan memotivasi saya untuk menyelesaikan buku ini;
2. Kakang Mas Kusmorowedi serta Adek Farid Al Yazal, S.Ag., SS sehingga buku ini telah mampu terselesaikan;
3. Buku ini ku persembahkan bagi Adindaku Tercinta Ardian Herawati, SE, M.M yang telah di SURGA;
4. Suhu saya tercinta, Bapak Al. Purwanto yang telah banyak memberikan informasi dan mendidik saya dengan cerdas;
5. Bapak Hery Siswanto, MBA, Bapak Ronald Lahindah, M.Si, Mbak Rika Sambiran S.Psi, Bapak Antonius Samidi, SE yang telah banyak memberikan bantuan-bantuan yang luar biasa; serta
6. Kepada semua pihak yang telah membantu saya, Anda adalah inspirasi saya yang tiada matinya.

Penulis

BAB

1

PENDAHULUAN

Capaian Pembelajaran

Capaian pembelajaran dari konsep dasar manajemen strategi mencakup pemahaman yang mendalam tentang berbagai aspek yang membentuk strategi bisnis yang efektif.

Tujuan Pembelajaran

Dengan memahami dan mengaplikasikan konsep dasar manajemen strategi, Mahasiswa dapat menjadi lebih efektif dalam mengembangkan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi bisnis yang kompetitif dan adaptif dalam menghadapi perubahan pasar dan lingkungan.

A. Konsep Dasar Manajemen Strategi

Konsep dasar manajemen strategi mencakup pemahaman yang mendalam tentang visi dan misi perusahaan, analisis lingkungan eksternal dan internal, pemilihan strategi bersaing dan pertumbuhan, pengembangan rencana strategis, implementasi strategi, evaluasi dan pengendalian, serta promosi inovasi dan pembelajaran berkelanjutan. Konsep ini membantu manajer dalam merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi bisnis yang efektif dan kompetitif.

Konsep dasar manajemen strategi merupakan landasan yang penting dalam mengembangkan dan mengimplementasikan strategi bisnis yang efektif. Berikut adalah beberapa konsep dasar dalam manajemen strategi:

BAB

2

VISI DAN MISI

Capaian Pembelajaran

Mahasiswa memahami mendalam tentang konsep visi dan misi perusahaan serta dampaknya dalam pengembangan strategi bisnis yang efektif.

Tujuan Pembelajaran

Dengan memahami dan menerapkan visi dan misi dalam manajemen strategi, Mahasiswa dapat menjadi lebih efektif dalam mengembangkan tujuan strategis, memotivasi karyawan, dan mencapai keberhasilan jangka panjang bagi perusahaan.

A. Pendahuluan

Visi dan misi perusahaan adalah dua konsep kunci dalam manajemen strategis yang membantu mengarahkan arah dan tujuan perusahaan. Visi adalah gambaran jangka panjang keberhasilan yang ingin dicapai oleh perusahaan di masa depan. Ini mencerminkan aspirasi tingkat tinggi dan tujuan utama yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam jangka panjang. Visi biasanya bersifat inspiratif, menantang, dan memberikan arah yang jelas bagi seluruh organisasi. Visi membantu menggambarkan gambaran yang kuat tentang keberhasilan yang diinginkan di masa depan dan



BAB 3

ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL

Capaian Pembelajaran

Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan analisis yang kuat dalam mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang memengaruhi strategi dan kinerja organisasi, serta merumuskan strategi yang tepat untuk menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang kompleks.

Tujuan Pembelajaran

Dengan mencapai tujuan-tujuan tersebut, peserta pembelajaran akan memiliki kemampuan yang kuat dalam menganalisis lingkungan eksternal, mengenali peluang dan tantangan, serta merumuskan strategi yang tepat untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan organisasi dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompleks.

A. Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal merujuk pada faktor-faktor di luar organisasi yang dapat mempengaruhi kinerja, strategi, dan keberhasilan organisasi tersebut. Ini mencakup semua elemen yang tidak dapat dikontrol secara langsung oleh organisasi, tetapi dapat memberikan dampak signifikan terhadap operasi dan hasilnya.

Lingkungan eksternal merupakan lingkungan yang dinamis dan kompleks, yang memerlukan pemahaman yang baik serta analisis yang cermat untuk mengidentifikasi peluang

BAB 4

ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL

Capaian Pembelajaran

Mahasiswa mampu mengidentifikasi sumber daya dan kemampuan internal yang dimiliki oleh suatu organisasi, seperti keuangan, teknologi, SDM, merek, dan hubungan dengan pelanggan. Mampu mengevaluasi keunggulan kompetitif organisasi berdasarkan sumber daya, kemampuan, dan keunggulan lainnya yang dimiliki. Memahami konsep analisis nilai tambah (*value chain analysis*) dan mampu menerapkannya untuk mengidentifikasi aktivitas-aktivitas kunci yang menciptakan nilai tambah bagi organisasi.

Tujuan Pembelajaran

Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan analisis yang kuat dalam memahami dan mengelola faktor-faktor internal organisasi, serta merancang strategi yang efektif untuk mencapai tujuan bisnis dan menghadapi tantangan di lingkungan bisnis yang dinamis.

A. Pendekatan Analisis Lingkungan Internal

Pendekatan Analisis Lingkungan Internal dalam manajemen strategis melibatkan pemahaman mendalam terhadap sumber daya, kemampuan, kekuatan, dan kelemahan internal suatu organisasi. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi aset-aset kunci yang dapat memberikan keunggulan

BAB

5

FORMULASI STRATEGI

Capaian Pembelajaran

Capaian pembelajaran dalam formulasi strategi meliputi pemahaman dan penerapan konsep-konsep kunci dalam mengembangkan strategi organisasi. Memahami definisi strategi organisasi, termasuk tujuan jangka panjang, visi, misi, dan nilai-nilai inti organisasi, mengerti perbedaan antara strategi korporat, bisnis, dan fungsional serta hubungannya dalam mencapai tujuan organisasi secara keseluruhan.

Tujuan Pembelajaran

Dengan mencapai tujuan pembelajaran ini, mahasiswa diharapkan dapat memiliki pemahaman yang mendalam dan kemampuan praktis dalam merumuskan, mengimplementasikan, dan mengelola strategi organisasi yang efektif dalam menghadapi tantangan dan peluang di lingkungan bisnis yang dinamis.

A. Pengertian Formulasi Strategi

Pentingnya formulasi strategi terletak pada kemampuannya untuk membantu organisasi mengarahkan upaya dan sumber daya mereka secara efektif untuk mencapai tujuan jangka panjang, beradaptasi dengan perubahan lingkungan, dan menghasilkan keunggulan kompetitif. Formulasi strategi merupakan proses pengembangan rencana aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan-tujuan jangka panjang organisasi

BAB 6

TINGKATAN MANAJEMEN STRATEGI

Capaian Pembelajaran

Capaian pembelajaran ini dapat dicapai melalui pembelajaran teori, studi kasus, simulasi, diskusi kelompok, dan pengalaman praktis dalam situasi bisnis yang nyata atau simulasi. Melalui pemahaman yang mendalam tentang tingkatan manajemen strategi, mahasiswa akan siap untuk menghadapi tantangan dan mengambil peran yang efektif dalam merancang dan melaksanakan strategi organisasi.

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa mampu mengembangkan pemahaman, keterampilan, dan kemampuan yang dibutuhkan pada setiap level manajemen strategi dalam suatu organisasi. Dengan mencapai tujuan pembelajaran pada setiap tingkatan manajemen strategi, individu akan memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep, proses, dan aplikasi strategi di berbagai level organisasi. Ini akan mempersiapkan mereka untuk mengambil peran yang efektif dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi organisasi dengan baik.

A. Tingkatan Strategi

Tingkatan strategi merujuk pada hierarki atau jenjang strategi yang diterapkan dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan dan visi yang telah ditetapkan. Secara umum, tingkatan strategi mencakup beberapa tingkatan yang saling

BAB 7 | IMPLEMENTASI STRATEGI

Capaian Pembelajaran

Memahami dan mengetahui implementasi strategi mencakup kemampuan untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengelola strategi organisasi secara efektif. Memahami konsep dan prinsip dasar implementasi strategi, termasuk tahapan-tahapan yang diperlukan dalam proses implementasi. Mampu merencanakan langkah-langkah konkret untuk mengimplementasikan strategi, termasuk penetapan tujuan, alokasi sumber daya, jadwal pelaksanaan, dan identifikasi pemangku kepentingan yang terlibat. Mampu melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam proses implementasi strategi, seperti manajemen tingkat atas, karyawan, mitra bisnis, dan pelanggan.

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa mampu mengerti tentang keterampilan dan pemahaman yang dibutuhkan untuk mengimplementasikan strategi organisasi dengan sukses dan memastikan pencapaian tujuan jangka panjang secara efektif. Mampu memotivasi dan mengkomunikasikan komitmen terhadap implementasi strategi kepada seluruh anggota organisasi, sehingga tercipta keselarasan dan dedikasi dalam mencapai tujuan strategis.

BAB

8

ANALISIS DAN PEMILIHAN STRATEGI

Capaian Pembelajaran

Mahasiswa dapat mengidentifikasi tantangan internal dan eksternal yang dihadapi oleh organisasi serta mengenali peluang yang tersedia di lingkungan bisnis. Mahasiswa mampu melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengevaluasi posisi strategis organisasi, memahami kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal. Mahasiswa dapat menggunakan kerangka analisis Porter (Porter's Five Forces) untuk mengevaluasi daya tarik industri, tingkat persaingan, kekuatan tawar-menawar pemasok dan pembeli, serta ancaman produk pengganti dan masuknya pesaing baru.

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa akan memiliki keterampilan yang diperlukan untuk menganalisis lingkungan bisnis, memilih strategi yang tepat, dan merencanakan implementasi strategi yang efektif untuk organisasi.

A. Pengertian

Analisis dan pemilihan strategi adalah proses penting dalam manajemen strategis yang melibatkan evaluasi mendalam terhadap faktor internal dan eksternal suatu organisasi untuk memilih strategi terbaik yang akan membantu organisasi mencapai tujuannya.

BAB 9

EVALUASI STRATEGI

Capaian Pembelajaran

Evaluasi strategi merupakan tahapan penting dalam manajemen strategis yang bertujuan untuk menilai keberhasilan implementasi strategi dan mencapai tujuan bisnis perusahaan. Mahasiswa dapat memahami metode dan indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja strategis perusahaan, seperti ROI (*Return on Investment*), *market share*, *customer satisfaction*, dan lain sebagainya. Mereka dapat mengevaluasi sejauh mana strategi yang telah diimplementasikan telah memberikan hasil yang diharapkan dalam mencapai tujuan bisnis perusahaan.

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa dapat mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya evaluasi strategi dalam manajemen strategis, serta mampu mengaplikasikan konsep-konsep tersebut dalam konteks praktis untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

A. Pengertian

Evaluasi strategi merupakan proses sistematis untuk menilai efektivitas dan efisiensi strategi yang telah diimplementasikan oleh suatu organisasi. Ini melibatkan pengumpulan, analisis, dan interpretasi data terkait kinerja strategis perusahaan dengan tujuan untuk mengevaluasi sejauh mana strategi tersebut berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan.

BAB 10 | LINGKUNGAN BISNIS

Capaian Pembelajaran

Capaian pembelajaran untuk lingkungan bisnis mencakup sejumlah kompetensi dan pemahaman yang penting untuk kesuksesan dalam dunia bisnis. Berikut adalah beberapa capaian pembelajaran kunci yang dapat dicapai oleh mahasiswa dalam studi lingkungan bisnis:

1. Memahami faktor-faktor eksternal yang memengaruhi bisnis, seperti tren pasar, kondisi ekonomi, regulasi pemerintah, dan persaingan industri.
2. Mampu melakukan analisis lingkungan eksternal menggunakan alat analisis seperti PESTEL (*Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal*) atau analisis lima kekuatan Porter.
3. Mampu menganalisis industri dan pasar tempat bisnis beroperasi, termasuk mengidentifikasi pesaing, potensi pelanggan, dan peluang serta ancaman di pasar.
4. Memahami konsep segmentasi pasar, *targeting*, dan *positioning* (STP) untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif.
5. Memahami pentingnya etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam lingkungan bisnis yang berkelanjutan.
6. Mampu menerapkan prinsip-prinsip etika dalam pengambilan keputusan bisnis dan mempertimbangkan dampak sosial serta lingkungan dari aktivitas bisnis.

BAB 11

TOPIK PENTING MANAJEMEN STRATEGI

Capaian Pembelajaran

Mahasiswa memahami konsep-konsep dasar, kemampuan menerapkan konsep-konsep tersebut dalam konteks bisnis, serta kemampuan untuk menganalisis dan mengambil keputusan strategis. Memahami konsep-konsep dasar seperti visi, misi, nilai-nilai inti perusahaan, serta tujuan-tujuan strategis. Memahami lingkungan eksternal dan internal perusahaan serta faktor-faktor yang memengaruhi strategi perusahaan. Mampu mengembangkan strategi-strategi perusahaan berdasarkan analisis lingkungan yang telah dilakukan. Mampu merumuskan tujuan-tujuan strategis yang terukur dan terarah.

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa memahami dan menguasai konsep-konsep, alat, dan prinsip-prinsip kunci dalam manajemen strategi. Ini mencakup analisis lingkungan, pengembangan strategi, implementasi, evaluasi, manajemen risiko, inovasi, komunikasi, dan kolaborasi. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan dapat mengambil peran yang aktif dalam merancang dan melaksanakan strategi perusahaan yang efektif dan adaptif dalam menghadapi dinamika bisnis yang kompleks.

A. Etika Manajemen Bisnis

Etika manajemen bisnis merujuk pada prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang mengatur perilaku dan keputusan manajemen dalam konteks bisnis. Ini melibatkan pertimbangan

BAB 12 | ISU-ISU GLOBAL MANAJEMEN STRATEGIK

Capaian Pembelajaran

Mahasiswa mengetahui tentang topik isu-isu global dalam manajemen strategik mencakup pemahaman dan penerapan konsep-konsep kunci yang berkaitan dengan pengelolaan strategi di tingkat global. Memahami isu-isu utama yang mempengaruhi pengelolaan strategi di tingkat global, seperti globalisasi ekonomi, perkembangan teknologi, perubahan politik, dan masalah-masalah lingkungan. Mampu menganalisis lingkungan bisnis global, termasuk faktor-faktor eksternal seperti pasar internasional, persaingan global, regulasi internasional, dan dinamika politik di berbagai negara. Mampu mengembangkan strategi-strategi yang sesuai dengan lingkungan bisnis global, termasuk ekspansi internasional, penetrasi pasar global, aliansi strategis, dan diversifikasi geografis. Memahami risiko-risiko yang terkait dengan operasi bisnis global, seperti risiko mata uang, risiko politik, risiko hukum, dan risiko reputasi internasional.

Tujuan Pembelajaran

Mempersiapkan mahasiswa dalam mengelola strategi di lingkungan bisnis global yang kompleks dan beragam, serta memahami tantangan dan peluang yang muncul dalam skala internasional, mengembangkan inovasi dalam produk, layanan, dan model bisnis untuk menghadapi persaingan global dan memenuhi kebutuhan pasar internasional.

BAB 13

ANALISIS SWOT

Capaian Pembelajaran

Mahasiswa diharapkan dapat memahami konsep dasar analisis SWOT, termasuk pengertian tentang kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang mempengaruhi kinerja dan strategi perusahaan. Mahasiswa diharapkan mampu mengidentifikasi kekuatan internal perusahaan, seperti sumber daya yang unggul, keunggulan kompetitif, dan kapabilitas yang mendukung strategi bisnis. Mereka juga diharapkan dapat mengidentifikasi kelemahan internal, seperti keterbatasan sumber daya, kekurangan dalam operasi, atau ketergantungan pada faktor-faktor tertentu.

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan analisis, pengambilan keputusan strategis, dan pengembangan strategi bisnis yang lebih efektif dalam menghadapi dinamika bisnis yang kompleks dan beragam.

A. Pengertian

Analisis SWOT adalah suatu metode yang digunakan dalam manajemen dan perencanaan strategis untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang mempengaruhi sebuah organisasi, proyek, atau situasi bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. *Manajemen Strategis*. Makassar: CV Nas Media Pustaka, 2020.
- Al-Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Jakarta: Alfabeta, 2010.
- Assauri, Sofjan. *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012.
- Astuti, Miguna dan Agni Rizkita Amanda. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Basoeky, Unggul, dkk. *Pemanfaatan Teknologi Digital*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021.
- Brahim, Muh. Nur Eli. *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akuntansi Dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2021.
- Chatab, Nevizand. *Diagnostic Manajement*. Jakarta: PT Serambi Ilmi Semesta, 2007.
- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. *Teknik Analisis SWOT: Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif & Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*. Yogyakarta: Quadrant, 2016.
- Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: CV. Qiara Media, 2019.
- Giantra, Ni Luh Iwik Sri Rahayu, dkk. *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.

TENTANG PENULIS

Amin Kuncoro



Amin Kuncoro Lahir di Kabupaten Kudus tepatnya adalah 1 April 1970, di Desa Dersalam Rt 01 Rw 01 Kecamatan Bae Kabupaten Kudus Jawa tengah Indonesia. Pendidikan yang dilaluinya pernah tersendat setelah lulus dari SMEA BHAKTI Kudus tahun 1987/88, kemudian berkarir sebagai Salesman pada perusahaan rokok terbesar di Kabupaten Kudus, jenuh rutinitas salesman, maka beralih profesi sebagai sopir truk luar kota bahkan sampai keluar pulau, karir terakhir adalah di PT. SARANA KENCANA MULYA (POLYTRON) dengan jabatan terakhir staff pada Divisi Transportasi, disanalah kemudian melanjutkan kuliah S1, dilanjutkan pula ke jenjang S2 dan S3, Untuk menambah kemampuan (*soft skill*) maka penulis mengikuti berbagai pelatihan profesi dan pelatihan-pelatihan lainnya khususnya tentang menulis dan penelitian.

Agus Aji Samekto



Lahir di Purbalingga 63 tahun lalu merupakan sosok penting di Dunia Maritim. Aktifitas sehari-hari dihabiskan untuk mengurus Perguruan Tinggi Maritim yang sekarang Bernama Unimar AMNI Semarang, Gelar Doktor Manajemen Strategic didapat dari Malang, sehingga ragam keilmuan yang didaulat untuk berpartisipasi didunia Akademik merupakan ciri khas atau diferensiasi bagi organisasi-organisasi yang dikelolanya saat ini, berbagai tanda jasa kehormatan diperoleh baik skala nasional maupun internasional, artikel ilmiah yang terbit di jurnal Internasional bereputasi, nasional yang terakreditasi Dikti juga pada tahun-tahun sekarang ini turut diramaikan, sehingga peran akademisi sebagai peyeimbang menjadi implikasi dan bukan retorika public.