

# STRATEGIC MANAGEMENT

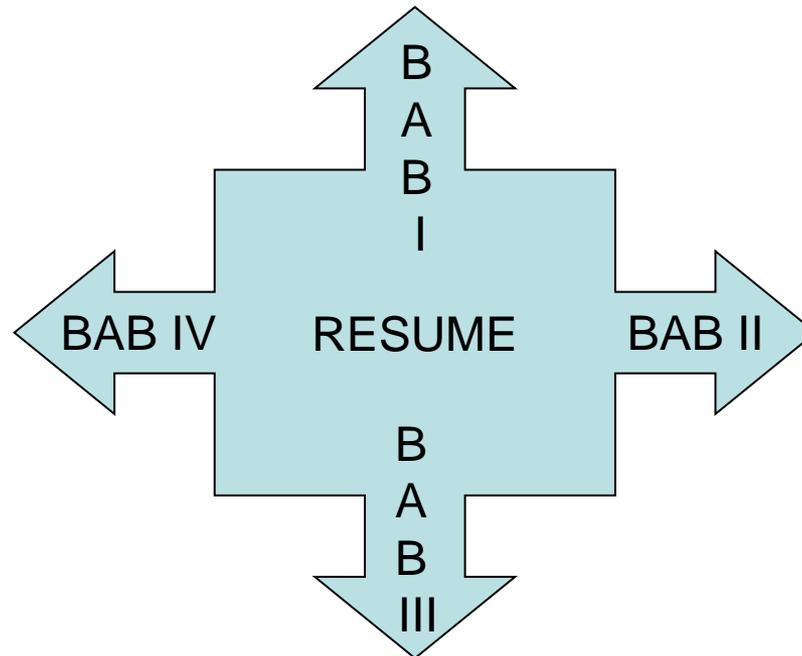
(Alan J. Rowe, Karl E. Dickel, Neil H. Snyder dan Richard O. Mason)



Pada hakekatnya, manajemen strategik merupakan suatu konsep yang menembus waktu, untuk memperoleh manfaat dengan mengembangkan strategi yang inovatif dengan mengatur siasat untuk mengalahkan para kompetitor.

Suatu kerangka kerja manajemen stratejik didalamnya dibahas nilai-nilai organisasi dan kesuksesan, cara memelihara dan memperbaharui strategi serta sistem kerangka kerja suatu manajemen stratejik

Memahami lingkungan internal, menyangkut asumsi-asumsi dan keyakinan, nilai-nilai yaitu nilai organisasi, nilai pribadi dan nilai sosial. Selain itu juga dibahas tentang budaya korporat, visi stratejik, strategi utama dan tujuan



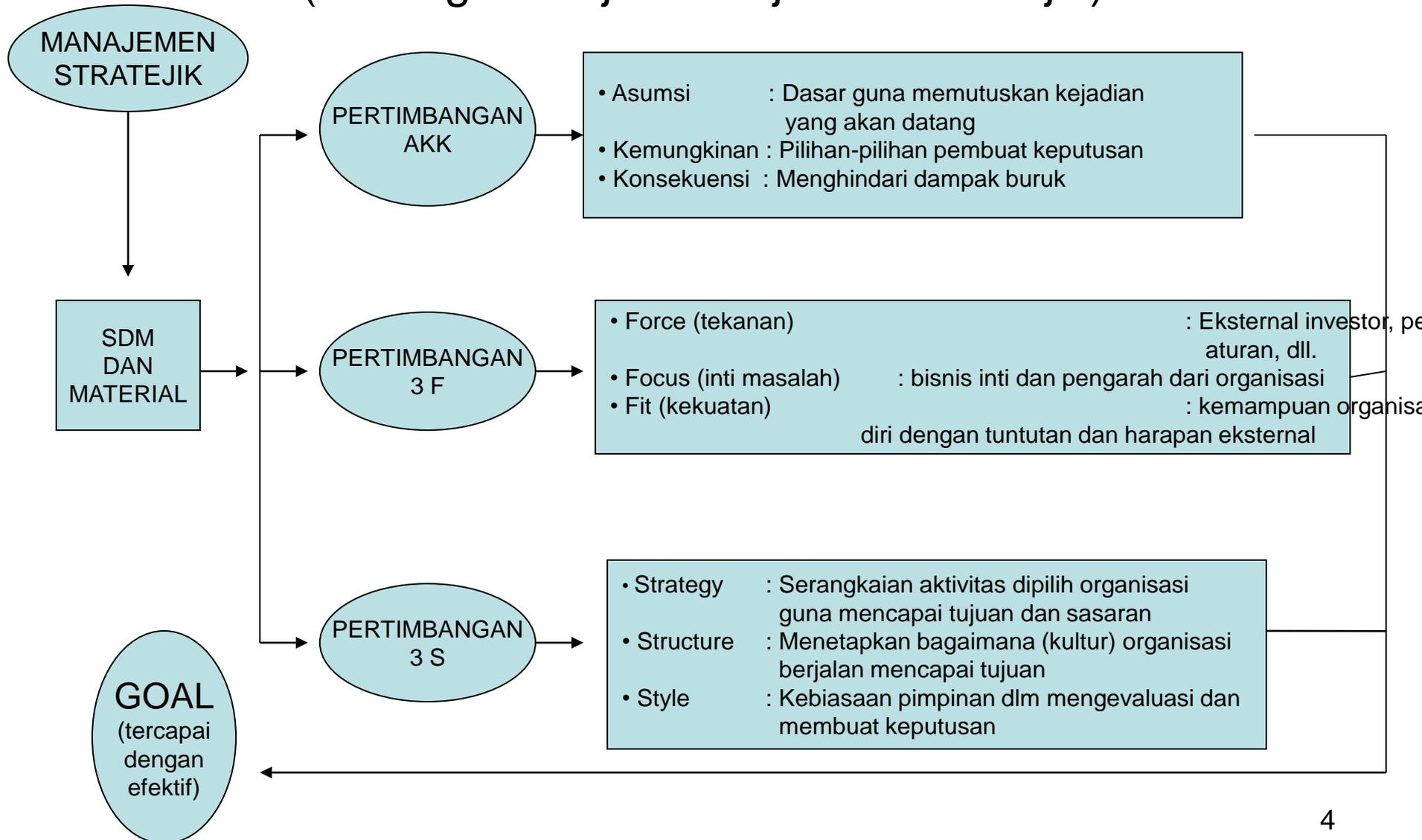
Anatomi manajemen stratejik, menyangkut, format analisis kasus, rumusan dan evaluasi alternatif, serta bagaimana menyiapkan dan mengkomunikasikan suatu rencana stratejik

Menilai lingkungan eksternal meliputi analisis stakeholder mengamati lingkungan, membuat analisis kelemahan, dan proyeksi kecenderungan di masa datang

# BAB I

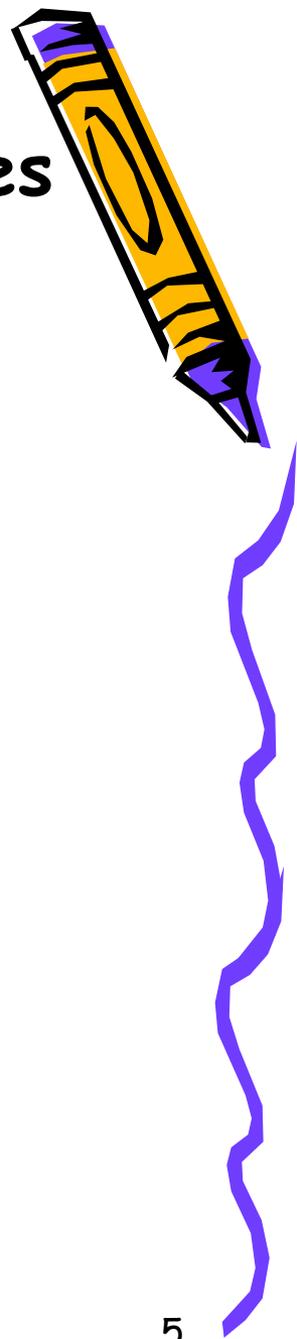
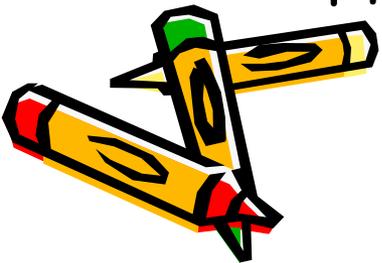
## FRAMEWORK FOR STRATEGIS MANAGEMENT

### (Kerangka kerja Manajemen Stratejik)



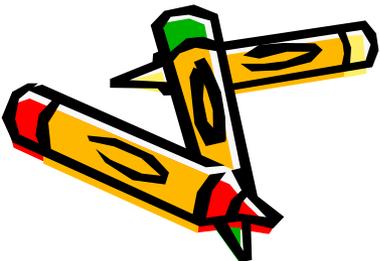
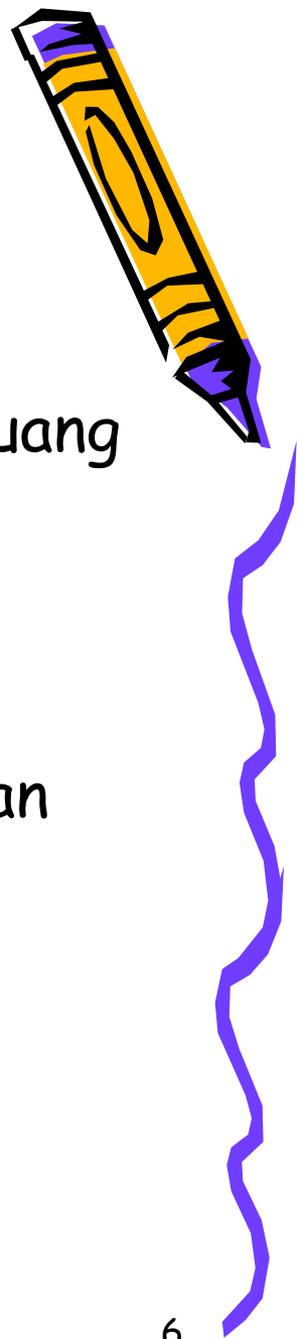
# Strategic Success and Organizational Values (8 nilai kesuksesan)

- Bias tindakan (kerjakan, coba, perbaiki)  
(*continous improvement*)
- Kedekatan pada konsumen
- Otonomi dan kewirausahaan
- Produktifitas melalui individual/kelompok/perusahaan
- Eksekutif yang berorientasi pada nilai-nilai
- *Stick to knitting* (berpegang teguh pada bisnis inti )
- Bentuk organisasi simple dan ramping
- Fleksibel

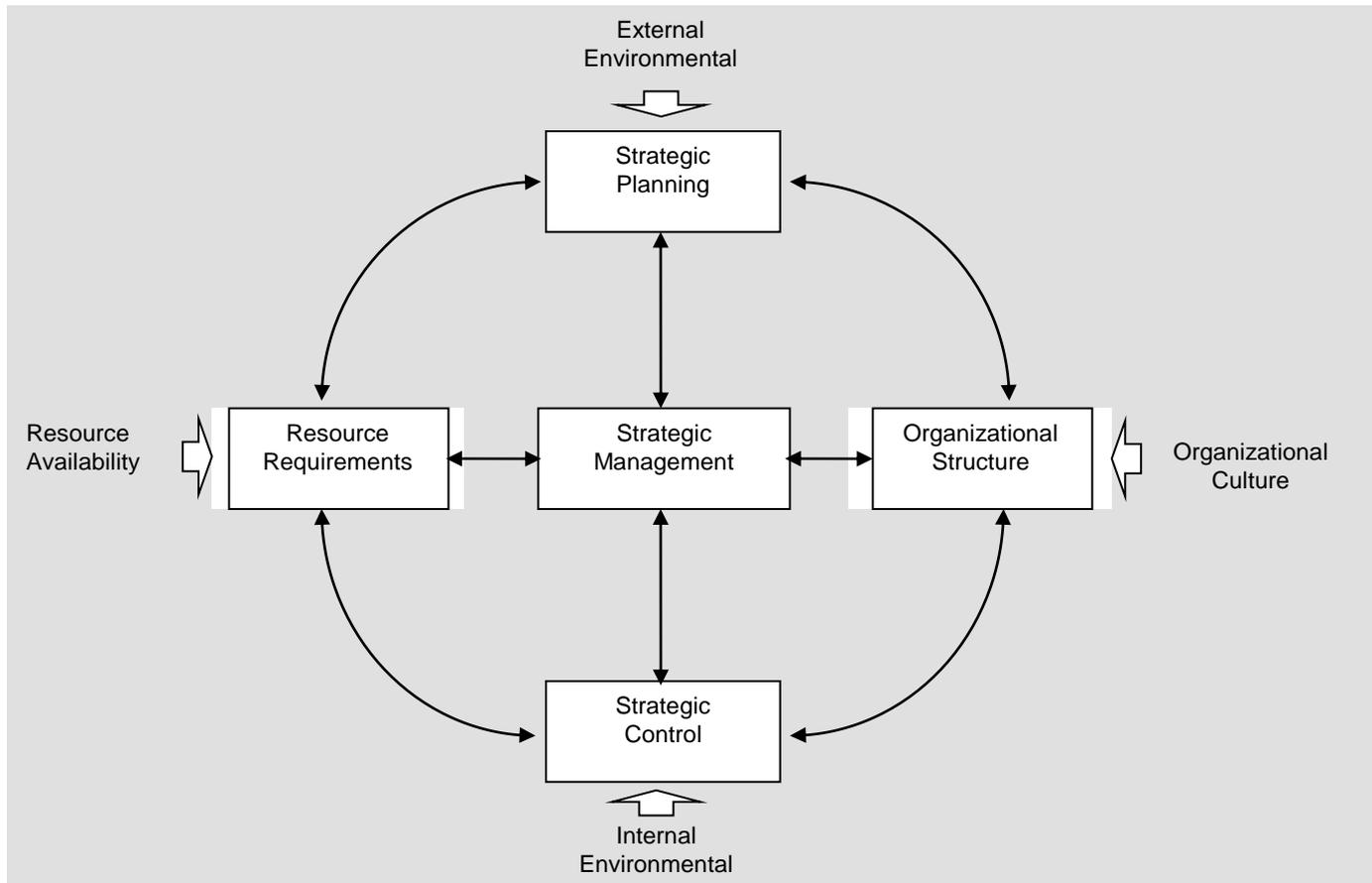


# FAKTOR PEMBAHARUAN STRATEGIK

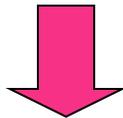
- Paham oportunistis terbuka/memanfaatkan peluang
- Pengarahan dan pemberdayaan
- Fakta dan kendali yang menyenangkan
- Bercermin pada perusahaan lain
- Kerja tim, kepercayaan, politik, dan kekuasaan
- Stabilitas dalam pergerakan
- Sikap dan perhatian
- Penyebab dan komitmen



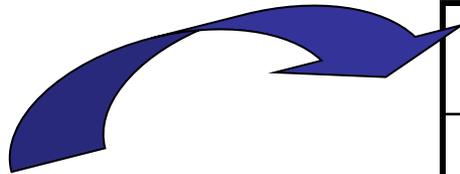
# A Systems Framework for Strategic Management



# METODE YANG DIGUNAKAN DALAM PELAKSANAAN MANAJEMEN STRATEJIK



Tugas-tugas Stratejik	Metode-metode
Perumusan Strategi	Model 4 faktor Stratejik : <ul style="list-style-type: none"> <li>•Audit keyakinan</li> <li>•Hirearkhi nilai-nilai</li> <li>•Matriks perkembangan</li> <li>•Korporet</li> </ul>



Tugas-tugas Stratejik	Metode-metode
Analisis Lingkungan Eksternal	Analisis dan pemetaan Stekholder Pembuatan asumsi dan pengujiannya Scaning Lingkungan Analisis kelemahan Peramalan lingkungan kualitatif Penulisan skenario Analisis pohon keputusan
	Analisis vektor pertumbuhan Analisis kesenjangan Siklus daur hidup Pengujian teknologi Penambahgan teknologi Pemetaan produk/pasar Analisis portofolio kompetitif Portofolio Produk
	Segmentasi Stratejik Evaluasi posisi dan aksi strategi Analisis kekuatan kompetitif Strategi umum Analisis rangkaian nilai Strategi global Uji resiko

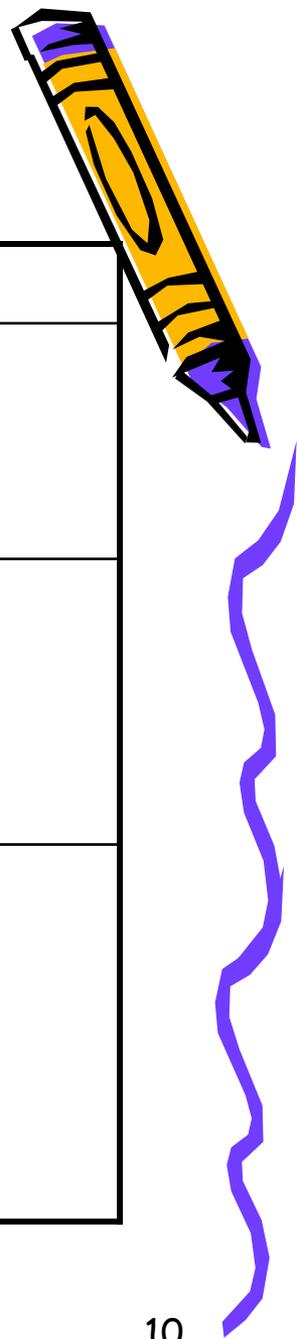
## METODE YANG DIGUNAKAN DALAM PELAKSANAAN MANAJEMEN STRATEJIK

<b>Tugas-tugas Stratejik</b>	<b>Metode-metode</b>
Penilaian dan Alokasi sumber daya	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analisis rasio Finansial</li><li>• Pemograman dana stratejik</li><li>• Analisis arus dana</li><li>• Alur kas diskon</li><li>• Analisis resiko</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Faktor-faktor yang mengendalikan biaya stratejik</li><li>• Rata-rata Biaya</li><li>• Biaya pemodelan kompetitif</li><li>• Penataan ulang perusahaan</li></ul>

**Lanjutan**

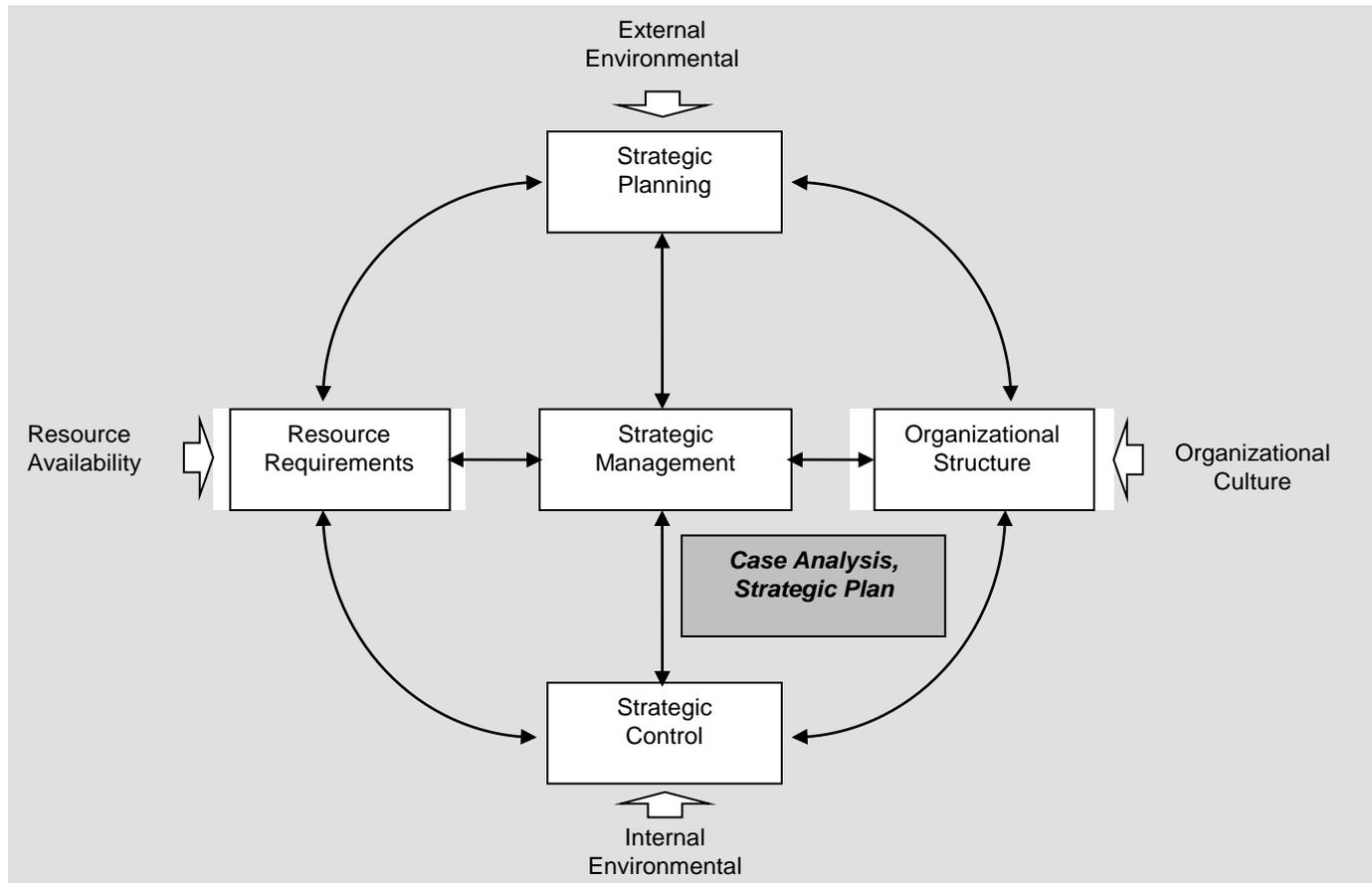
## METODE YANG DIGUNAKAN DALAM PELAKSANAAN MANAJEMEN STRATEJIK

Tugas-tugas Stratejik	Metode-metode
Analisis lingkungan internal, implementasi strategi, strategi kontrol	<ul style="list-style-type: none"><li>• Profil Kemampuan</li><li>• Analisis biaya</li><li>• Keputusan yang bervariasi</li><li>• Simulasi komputer</li></ul>
	Analisa empat kekuatan Arsip gaya keputusan Gambar gaya keputusan Gaya kepemimpinan Kekuasaan dan otoritas/kewenangan Gaya kognitif manajemen
	Perubahan Stratejik Model perubahan sosial Model budaya organisasi Penilaian komponen budaya Strategi dan struktur organisasi Tautan strategi/kultur Daur hidup organisasi Management By Objectif



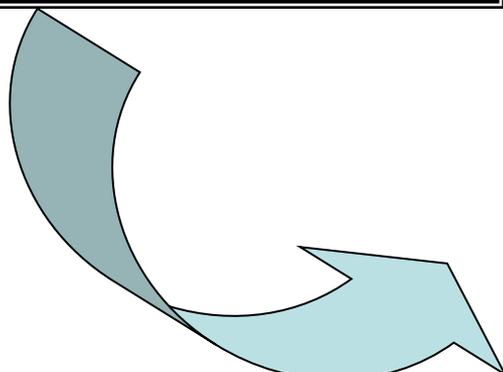
# BAB II

## THE ANATOMY OF STRATEGIC MANAGEMENT (ANATOMI MANAJEMEN STRATEGIK)



Analisis kasus dimulai dengan mengungkap fakta organisasi dan diakhiri dengan solusi masalah yang mengacu pada fakta-fakta tadi

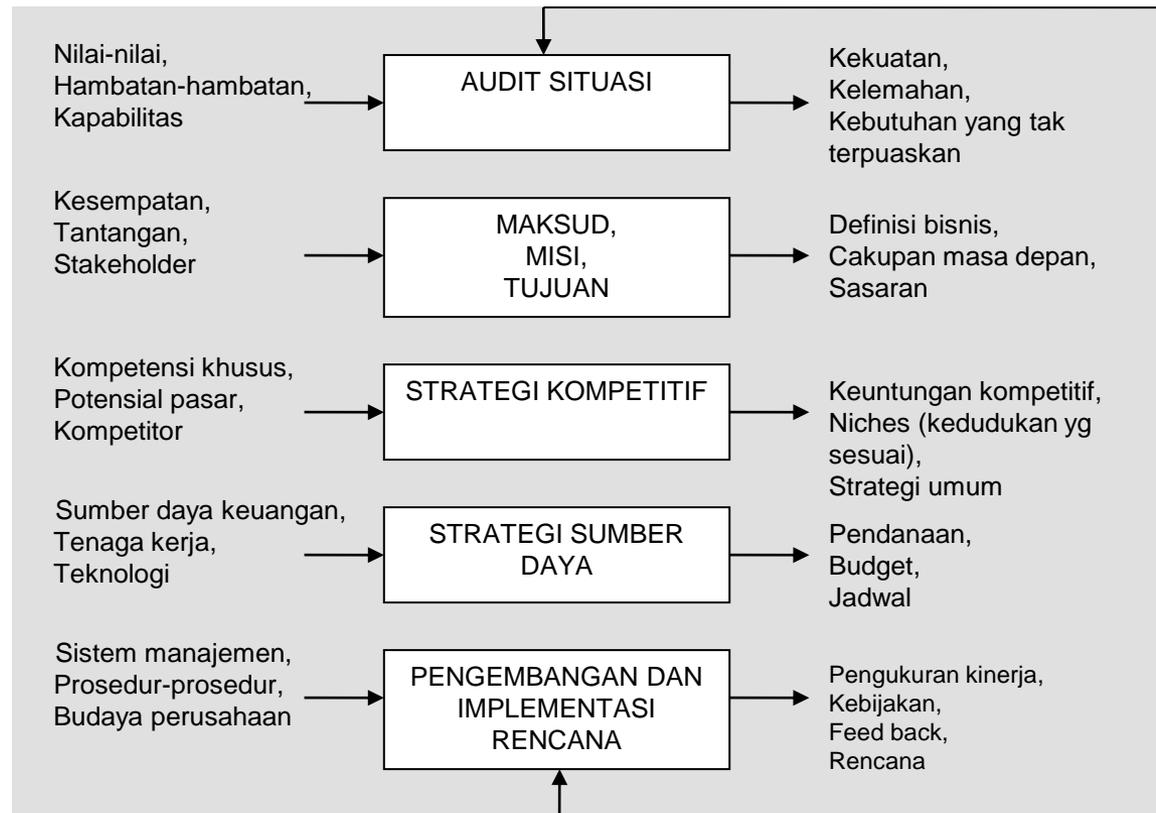
CARA ANALISIS KASUS  
MEMFASILITASI  
PEMBELAJARAN YANG  
BISA DITERAPKAN PADA  
MANAJEMEN STRATEJIK  
(Edge dan Colman, 1978)



- Berfikir jernih dalam situasi kompleks dan membingungkan.
- Memikirkan rencana kegiatan yang masuk akal, konsisten dan kreatif.
- Menggunakan alat-alat kuantitatif.
- Mengenali esensi informasi.
- Menetapkan informasi penting yang hilang.
- Berkomunikasi secara lisan dalam kelompok.
- Menulis laporan yang jelas, bermakna, dan meyakinkan.
- Memandu karir.
- Menerapkan nilai pribadi pada keputusan organisasi.

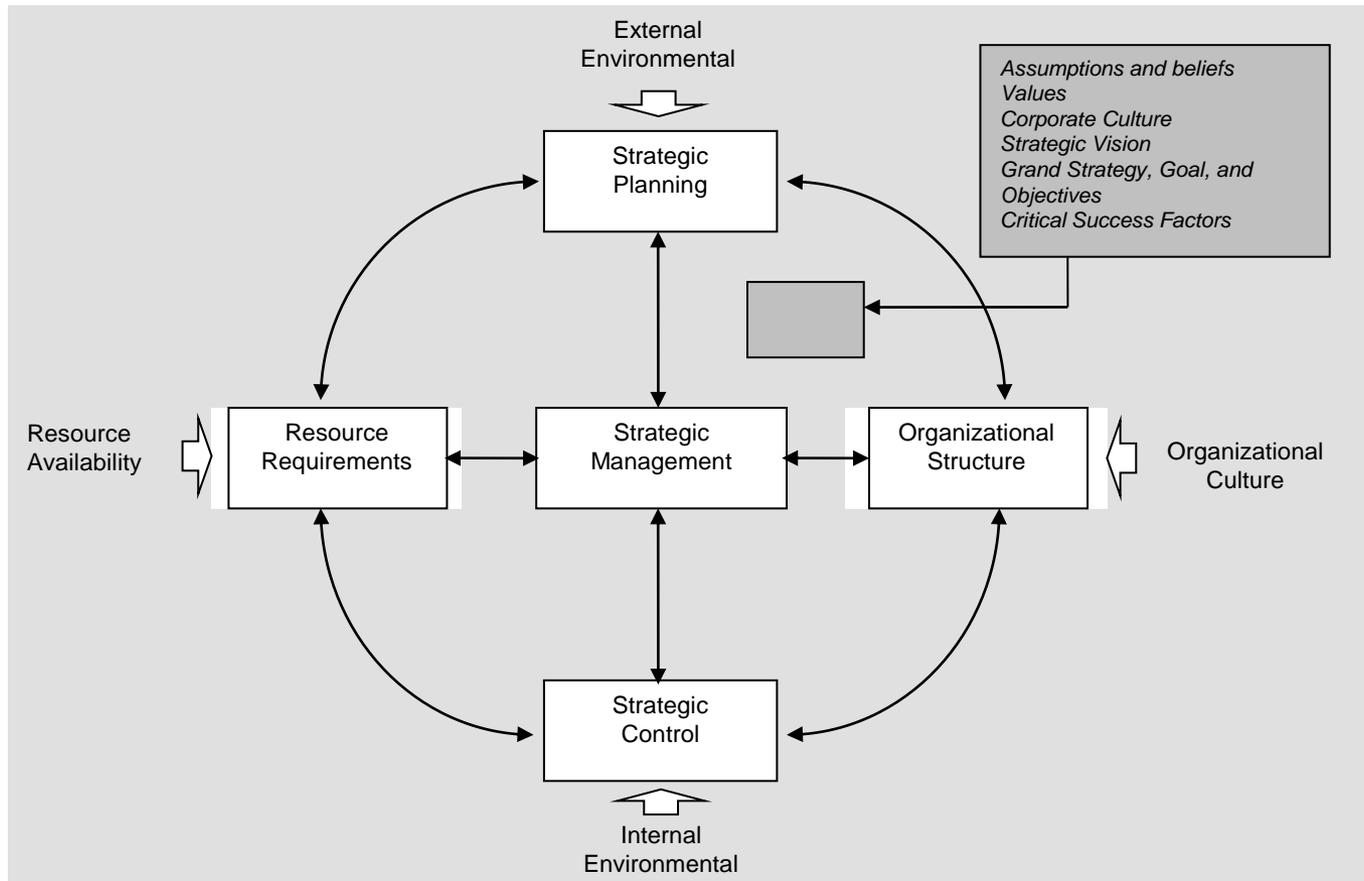
# ANATOMI STRATEGIK MANAJEMEN

(Kaz, 1970: 241)



# BAB III

## UNDERSTANDING THE INTERNAL ENVIRONMENT (MEMAHAMI LINGKUNGAN INTERNAL)

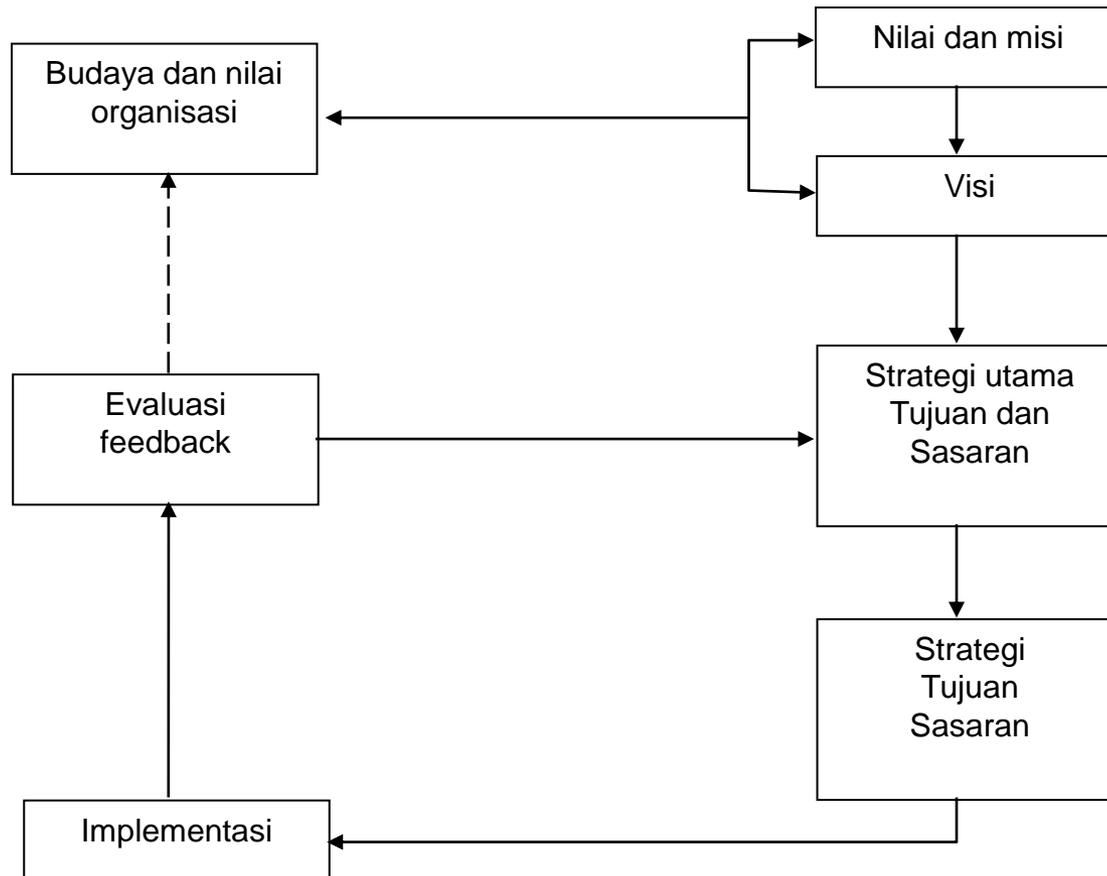


# TUJUH KEYAKINAN DOMINAN PARA EKSEKUTIF DI PERUSAHAAN SUKSES

(Peter dan Waterman)

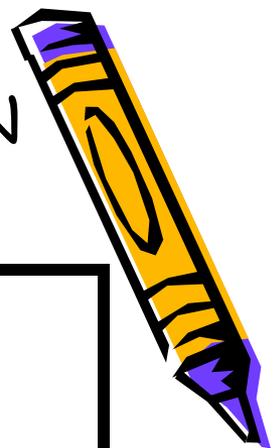
- Keyakinan menjadi yang terbaik.
- Keyakinan akan pentingnya detail pelaksanaan; perangkat pelaksanaan pekerjaan yang baik.
- Keyakinan akan pentingnya memperlakukan orang sebagai individu.
- Keyakinan akan kualitas dan servis yang terbaik.
- Keyakinan bahwa setiap orang harus menjadi inovator,
- Keyakinan bahwa informalitas meningkatkan komunikasi
- Kepercayaan dan pengenalan pentingnya pertumbuhan ekonomi dan keuntungan.

# STRATEGI HIERARKHI NILAI-NILAI



# ENAM KATEGORI ORANG YANG DIDASARKAN ATAS NILAI PRIBADI DOMINAN

- **Pribadi teoritis.** Kepercayaan merupakan minat dominan pribadi teoritis. Minat dari orang tipe ini bersifat empiris, kritis, atau rasional, mengarah pada pekerjaan seperti intelektual, ilmuwan, atau filsuf. Inti dari pribadi teoritis adalah mengatur dan mensistematisir pengetahuan.
- **Pribadi ekonomis.** Kesejahteraan dan efisiensi merupakan minat dominan dari tipe ini. Ia berharap bisa menciptakan manfaat, praktis, dan mampu menyesuaikan diri dengan stre tipe rata-rata pebisnis Amerika.
- **Pribadi Estetika.** Keindahan dan harmoni merupakan minat dominan dari orang ini. Setiap situasi dinilai berdasarkan kenikmatan, keseimbangan, atau kecocokan. Bagi orang ini, nilai intrinsik dari tiap kejadian hidup harus diwujudkan dan dinikmati untuk kesenangan.
- **Pribadi sosial.** Cinta, kerja sama, dan humanisme merupakan minat dominan dari orang jenis ini. Orang bertipe sosial menghargai sesama. Orang ini baik hati, simpatik, dan tidak egois.
- **Pribadi politis.** Kekuatan merupakan minat dominan tipe politis. Pribadi politis selalu menghendaki orang lain dan sumber daya secara bersama-sama digunakan untuk mencapai tujuan pribadi.
- **Pribadi agamis.** Kesatuan merupakan minat dominan dari tipe agamis. Orang ini memandang pengalaman manusia secara keseluruhan untuk menguasai alam semesta sebagai satu kesatuan.



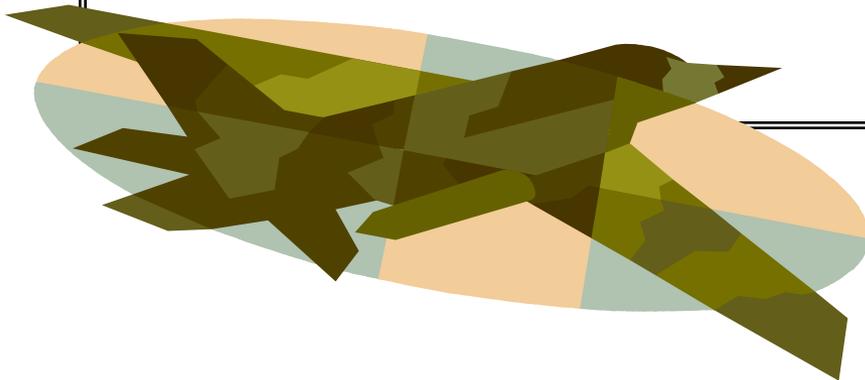
# UNTUK BISA TERWUJUD VISI SEBAIKNYA

---

- ❑ Sempel, jelas, dan mudah dipahami oleh semua orang. Elemen kunci dari visi yang kuat adalah kemampuannya menterjemahkan masalah yang rumit kedalam pilihan yang bisa dipahami.
- ❑ Cukup memiliki waktu terhadap perubahan dramatis, tapi cukup dekat mendapatkan komitmen dari organisasi. Visi harus realistis, kredibel, dan mampu menahan ujian hipotetis dan sebab akibat. Visi harus memiliki sense of urgency.
- ❑ Mampu memfokuskan organisasi pada cakupan dan waktu.

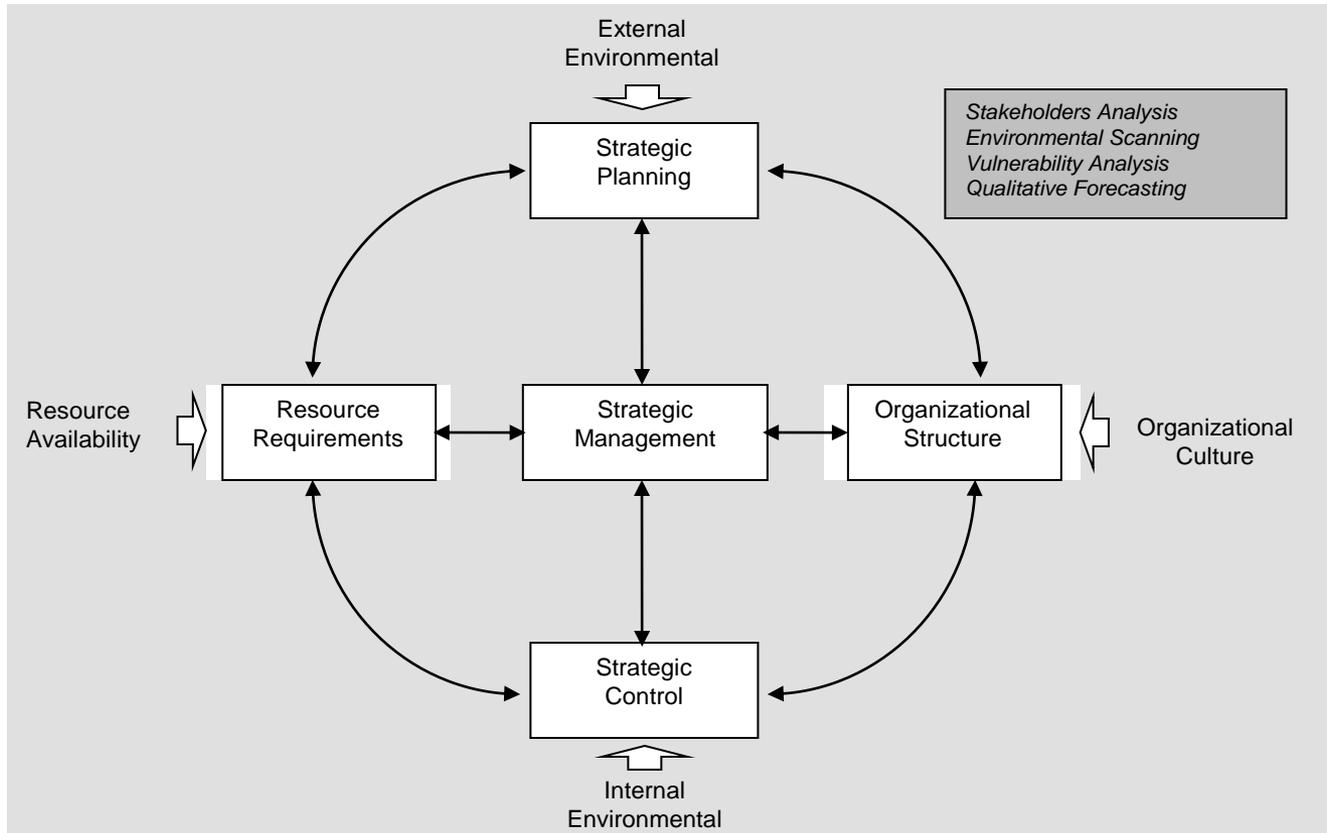
# LANGKAH-LANGKAH CRITICAL SUCCESS FACTOR

- Menggali sumber faktor sukses.
- Memperbaiki faktor sukses kunci pada tujuan dan sasaran.
- mengidentifikasi ukuran kinerja.



# BAB IV

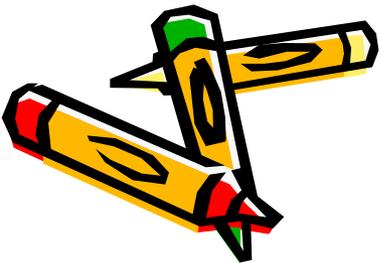
## ASSESSING THE EXTERNAL ENVIRONMENT (MENILAI LINGKUNGAN EKSTERNAL)



# MANAJER STRATEJIK MELAKUKAN ANALISIS STAKEHOLDER DALAM RANGKA



- Identifikasi stakeholder (pihak-pihak terkait)
- Memetakan hubungan diantara stakeholder
- Menguji peta stakeholder untuk melihat peluang dan ancaman.
- Mengidentifikasi, atau memunculkan asumsi stakeholder dan kekuatan-kekuatan yang mereka bawa ke organisasi.
- Menilai kepentingan dan ketetapan asumsi



## MENGIDENTIFIKASI FAKTOR LINGKUNGAN YANG RELEVAN SELAMA PENGAMATAN LINGKUNGAN (ENVIRONMENTAL SCANNING)

- ◆ **Ilmu ekonomi:** faktor yang terkait dengan arus uang, barang dan jasa, informasi, dan energi.
- ◆ **Ilmu Politik:** berkaitan dengan penggunaan atau alokasi kekuasaan diantara orang, termasuk berkaitan dengan pemerintahan lokal ataupun asing.
- ◆ **Kecenderungan sosial dan demografi:** faktor-faktor yang mempengaruhi cara orang hidup, termasuk apa yang mereka nilai.
- ◆ **Teknologi:** faktor-faktor yang berkaitan dengan perkembangan mesin, peralatan, proses, material, peralatan lainnya, dan keahlian.
- ◆ **Kompetisi:** faktor-faktor yang memuat tindakan yang diambil oleh pesain yang ada maupun pesaing potensial, pasar, dan konsentrasi pesaing.
- ◆ **Geografi:** faktor-faktor yang berkaitan dengan lokasi, tempat, topografi, iklim, dan sumber daya alam.

## KRITERIA DALAM PERENCANAAN STRATEJIK UNTUK MENEGASKAN BAHWA SKENARIO AKAN BERMANFAAT DALAM MERUMUSKAN STRATEJIK



- Skenario harus konsisten secara internal atau harus mampu mendemonstrasikan bagaimana konsistensi progresif di semua dimensi sistem.
- Skenario harus kredibel.

**Terimakasih**