

Editor : Indri Iswardhani, S.E., M.M.

penamuda  
media



# Manajemen Strategi Bisnis

Rizki Hidayaturochman., Moh. Rivqi Amin., Ahmad Fawaiz., Budi Harto.,  
Amir., Izzah Sarirotun Nijwah., Drs. Abdur Rahmanesa., Indah Puspita Maharani.,  
Diah Ayu Kusumawati., Nani Suhartini

# MANAJEMEN STRATEGI BISNIS

**Penulis:**

Rizki Hidayaturrochman

Moh. Rivqi Amin

Ahmad Fawaiz

Budi Harto

Amir

Izzah Sarirotun Nijwah

Drs. Abdur Rahmanesa

Indah Puspita Maharani

Diah Ayu Kusumawati

Nani Suhartini

**Editor :** Indri Iswardhani, S.E., M.M.



# **MANAJEMEN STRATEGI BISNIS**

Copyright © PT Penamuda Media, 2025

Copyright © PT Penamuda Media, 2025

**Penulis:**

Rizki Hidayaturochman  
Moh. Rivqi Amin  
Ahmad Fawaiz  
Budi Harto  
Amir  
Izzah Sarirotun Nijwah  
Drs. Abdur Rahmanesa  
Indah Puspita Maharani  
Diah Ayu Kusumawati  
Nani Suhartini

**Editor :** Indri Iswardhani, S.E., M.M.

**Penyunting dan Penata Letak:**

Tim PT Penamuda Media

**Desain Sampul:**

Tim PT Penamuda Media

**Penerbit:**

PT Penamuda Media

**ISBN:**

**Redaksi:**

Casa Sidoarum RT03 Ngentak, Sidoarum Godean Sleman Yogyakarta  
Web: [www.penamudamedia.com](http://www.penamudamedia.com)  
E-mail: [penamudamedia@gmail.com](mailto:penamudamedia@gmail.com)  
Instagram: @penamudamedia  
WhatsApp: +6285700592256

Cetakan Pertama, Mei 2025

X + 167 halaman; 15 x 23 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam bentuk dan  
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun penulis

# Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, buku berjudul "Manajemen Strategi Bisnis" ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai upaya memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai proses perumusan, implementasi, dan evaluasi strategi dalam dunia bisnis yang dinamis dan kompetitif.

Dalam era globalisasi dan transformasi digital seperti saat ini, manajemen strategi menjadi elemen penting bagi setiap organisasi untuk bertahan, tumbuh, dan menciptakan keunggulan bersaing. Oleh karena itu, buku ini dirancang untuk memberikan landasan teoritis sekaligus pendekatan praktis yang dapat diterapkan dalam pengelolaan strategi bisnis, baik bagi mahasiswa, akademisi, praktisi bisnis, maupun pengambil kebijakan.

Materi dalam buku ini mencakup beragam aspek manajemen strategi, mulai dari konsep dasar dan jenis-jenis strategi bisnis, hingga alat analisis dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan perumusan strategi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan buku ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan edisi-edisi selanjutnya. Semoga buku ini dapat memberikan

manfaat, memperluas wawasan, serta menjadi referensi yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik manajemen strategi di Indonesia.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, semangat, dan kontribusi dalam penyusunan buku ini.

Tim Penulis

# Daftar Isi

|                                                                                        |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Kata Pengantar .....                                                                   | v   |
| Daftar Isi .....                                                                       | vii |
| Bab 1 Pengenalan Manajemen Strategi Bisnis .....                                       | 1   |
| A. Konsep Dasar Manajemen Strategis .....                                              | 1   |
| B. Penetapan Tujuan dan Strategi Bisnis .....                                          | 5   |
| C. Implementasi dan Evaluasi Strategi Bisnis .....                                     | 7   |
| Bab 2 Evolusi dan Teori Strategi Bisnis .....                                          | 11  |
| A. Evolusi Strategi Bisnis .....                                                       | 11  |
| B. Teori-teori Strategi Bisnis .....                                                   | 14  |
| Bab 3 Analisis Lingkungan Eksternal .....                                              | 21  |
| A. Komponen Lingkungan Eksternal .....                                                 | 21  |
| B. Model Analisis Lingkungan Eksternal .....                                           | 28  |
| Bab 4 Analisis Lingkungan Internal .....                                               | 31  |
| A. Sumber Daya Berwujud dan Tidak Berwujud .....                                       | 31  |
| B. Analisis Kapabilitas Inti (Core Competencies) .....                                 | 33  |
| C. Matriks VRIO sebagai Alat Evaluasi Keunggulan Kompetitif .....                      | 35  |
| Bab 5 Analisis SWOT .....                                                              | 41  |
| D. Identifikasi Faktor Eksternal: Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats) .....  | 41  |
| A. Identifikasi Faktor Internal: Kekuatan (Strengths) dan Kelemahan (Weaknesses) ..... | 44  |
| B. Strategi Berdasarkan Matriks SWOT .....                                             | 46  |

|                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------|-----|
| Bab 6 Formulasi Strategi Bisnis.....                                   | 51  |
| A. Pengertian dan Pentingnya Formulasi Strategi.....                   | 51  |
| B. Jenis-jenis Strategi Bisnis .....                                   | 53  |
| C. Alat dan Teknik dalam Formulasi Strategi.....                       | 56  |
| D. Proses Formulasi Strategi.....                                      | 66  |
| E. Faktor yang Mempengaruhi Formulasi Strategi .....                   | 69  |
| F. Tips untuk Perumusan Strategi yang Sukses .....                     | 70  |
| G. Studi Kasus dan Implementasi Formulasi Strategi....                 | 72  |
| Bab 7 Strategi Tingkat Korporasi .....                                 | 75  |
| A. Konsep Dasar Strategi Korporasi.....                                | 75  |
| B. Pilihan Strategi Korporasi .....                                    | 78  |
| C. Pengelolaan Portofolio Bisnis .....                                 | 80  |
| Bab 8 Strategi Tingkat Bisnis.....                                     | 85  |
| A. Konsep dan Tujuan Strategi Tingkat Bisnis.....                      | 85  |
| B. Tipe-Tipe Strategi Kompetitif.....                                  | 87  |
| C. Penerapan Strategi dan Respons terhadap Dinamika<br>Pasar .....     | 91  |
| Bab 9 Strategi Fungsional dan Operasional .....                        | 96  |
| A. Konsep dan Peran Strategi Fungsional.....                           | 96  |
| B. Tipe-Tipe Strategi Fungsional.....                                  | 99  |
| C. Implementasi dan Evaluasi Strategi Fungsional dalam<br>Praktik..... | 102 |
| Bab 10 Perencanaan dan Pelaksanaan Strategi.....                       | 106 |
| A. Proses Perencanaan Strategi.....                                    | 106 |
| B. Pengembangan dan Penyusunan Rencana Aksi.....                       | 109 |

|                                                                     |     |
|---------------------------------------------------------------------|-----|
| C. Tantangan dan Pendekatan dalam Pelaksanaan Strategi.....         | 112 |
| Bab 11 Manajemen Perubahan Organisasi.....                          | 116 |
| A. Konsep dan Pentingnya Manajemen Perubahan .....                  | 116 |
| B. Model dan Pendekatan dalam Manajemen Perubahan .....             | 122 |
| C. Tantangan dan Strategi dalam Mengelola Perubahan .....           | 126 |
| Bab 12 Pengelolaan Risiko dalam Strategi Bisnis.....                | 130 |
| A. Konsep dan Jenis Risiko dalam Bisnis .....                       | 130 |
| B. Pendekatan untuk Mengidentifikasi dan Menilai Risiko .....       | 133 |
| C. Strategi Pengelolaan dan Mitigasi Risiko.....                    | 136 |
| Bab 13 Evaluasi Kinerja Strategi .....                              | 138 |
| A. Pengertian Evaluasi Kinerja Strategi.....                        | 138 |
| B. Metode Evaluasi Kinerja Strategi.....                            | 140 |
| C. Tantangan dalam Evaluasi Kinerja Strategi .....                  | 142 |
| Bab 14 Pengendalian Strategi Bisnis .....                           | 145 |
| A. Konsep Pengendalian Strategi Bisnis.....                         | 145 |
| B. Mekanisme Pengendalian Strategi.....                             | 147 |
| C. Penyesuaian dan Perbaikan Strategi .....                         | 148 |
| Bab 15 Masa Depan Manajemen Strategi Bisnis .....                   | 150 |
| A. Peran Teknologi dalam Masa Depan Manajemen Strategi Bisnis ..... | 150 |

|                                                                                     |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| B. Dampak Globalisasi terhadap Manajemen Strategi<br>Bisnis .....                   | 152 |
| C. Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial dalam<br>Strategi Bisnis Masa Depan..... | 153 |
| Referensi.....                                                                      | 156 |
| Tentang Penulis.....                                                                | 160 |



# Bab 1

## **Pengenalan Manajemen Strategi Bisnis**

### **A. Konsep Dasar Manajemen Strategis**

Manajemen strategi bisnis adalah proses yang digunakan oleh perusahaan untuk merencanakan, mengembangkan, dan mengimplementasikan strategi yang akan membawa perusahaan menuju tujuan jangka panjangnya. Proses ini mencakup analisis kondisi internal dan eksternal perusahaan, penetapan tujuan yang jelas, pemilihan strategi yang tepat, serta pelaksanaan dan pengawasan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Manajemen strategi berfokus pada berbagai aspek penting dalam bisnis, termasuk bagaimana perusahaan dapat bersaing di pasar yang sangat dinamis dan berubah dengan

cepat. Berikut adalah beberapa elemen penting dalam manajemen strategi bisnis:

### 1. Visi dan Misi Perusahaan

Visi perusahaan merupakan gambaran besar yang mencerminkan harapan dan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai. Ini adalah panduan strategis yang memberikan arah yang jelas bagi perusahaan dalam merencanakan perkembangan di masa depan. Sebagai contoh, visi perusahaan sering kali berfokus pada pencapaian yang lebih besar, seperti menjadi pemimpin pasar atau memberikan dampak positif bagi masyarakat. Visi ini memberikan inspirasi dan motivasi bagi seluruh anggota perusahaan untuk bekerja menuju tujuan yang sama.

Sementara itu, misi perusahaan adalah penjelasan mengenai alasan keberadaan perusahaan dan tujuan-tujuannya yang lebih spesifik. Misi ini menjelaskan dengan jelas bagaimana perusahaan berencana untuk mencapai visinya, serta memberikan panduan tentang langkah-langkah yang harus diambil. Misi juga mencakup nilai-nilai dan prinsip dasar yang dijunjung tinggi oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Dengan adanya misi, perusahaan dapat memastikan bahwa semua elemen di dalam organisasi bergerak ke

# Manajemen Strategi Bisnis

Buku Manajemen Strategi Bisnis ini menyajikan panduan komprehensif tentang bagaimana merancang, menerapkan, dan mengevaluasi strategi yang efektif dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah. Disusun secara sistematis, buku ini membahas konsep-konsep dasar manajemen strategi, jenis-jenis strategi bisnis, alat analisis strategis seperti SWOT dan balanced scorecard, hingga faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan strategi. Dilengkapi dengan studi kasus aktual dari perusahaan ternama, buku ini tidak hanya memberikan pemahaman teoritis tetapi juga wawasan praktis yang dapat diaplikasikan langsung dalam pengambilan keputusan strategis. Cocok bagi mahasiswa, akademisi, maupun praktisi bisnis yang ingin memperkuat daya saing organisasi secara berkelanjutan.



PT Penerbit Penamuda Media  
Godean, Yogyakarta  
085700592256  
@penamuda\_media  
penamuda.com