



Dr. Rahayu Sri Purnami, S.Si., M.M., Widyawati, S.E. M.M.,
Dr. Ni Made Dwi Puspitawati, S.E., M.M.,
Meilin Veronica, S.E., M.M., Ak. CA.,
Arie Hendra Saputro, S.Pd., M.M.,
Reny Sumarni, S.E., M.M., Risnawati, S.E., M.M.,
Maya Rizki Sari, S.E., M.Si.

Editor: Suyadi, S.E., M.M.

MANAJEMEN STRATEGI

Dr. Rahayu Sri Purnami, S.Si., M.M., Widyawati, S.E. M.M.,
Dr. Ni Made Dwi Puspitawati, S.E., M.M.,
Meilin Veronica, S.E., M.M., Ak. CA.,
Arie Hendra Saputro, S.Pd., M.M.,
Reny Sumarni, S.E., M.M., Risnawati, S.E., M.M.,
Maya Rizki Sari, S.E., M.Si.



Manajemen Strategi

Copyright© PT Penerbit Penamuda Media, 2024

Penulis:

Dr. Rahayu Sri Purnami, S.Si., M.M., Widyawati, S.E. M.M.,
Dr. Ni Made Dwi Puspitawati, S.E., M.M., Meilin Veronica, S.E., M.M., Ak. CA.,
Arie Hendra Saputro, S.Pd., M.M., Reny Sumarni, S.E., M.M., Risnawati, S.E., M.M.,
Maya Rizki Sari, S.E., M.Si

Editor:

Suyadi, S.E., M.M.

ISBN:

978-623-8686-01-8

Desain Sampul:

Tim PT Penerbit Penamuda Media

Tata Letak:

Enbookdesign

Diterbitkan Oleh**PT Penerbit Penamuda Media**

Casa Sidoarium RT 03 Ngentak, Sidoarium Dodeam Sleman Yogyakarta

HP/Whatsapp : +6285700592256

Email : penamudamedia@gmail.com

Web : www.penamuda.com

Instagram : @penamudamedia

Cetakan Pertama, Juni 2024

viii + 167, 15x23 cm

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang

*Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku
tanpa izin Penerbit*

Kata Pengantar

Dengan rendah hati, buku "Manajemen Strategi" ini hadir sebagai panduan yang komprehensif untuk memahami dan mengimplementasikan strategi bisnis yang berkelanjutan dalam era yang terus berubah ini.

Melalui penelitian mendalam dan pengalaman praktis, kami berharap buku ini akan menginspirasi pembaca untuk mengambil langkah-langkah strategis yang tepat dan menghadapi tantangan bisnis dengan percaya diri. Semoga buku ini memberikan wawasan berharga dan membantu Anda memperkuat fondasi manajemen strategis Anda.

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi	vi
Bab 1 - Analisis Lingkungan Usaha	1
A. Menganalisa Lingkungan Eksternal.....	3
B. Menganalisa Lingkungan Internal.....	13
Bab 2 - Analisis Perubahan dan Strategi Manajemen	
Perusahaan	23
A. Gambaran Umum Analisis Perubahan Dan Strategi Manajemen Perusahaan	23
B. Analisis Perubahan Dalam Perusahaan.....	24
C. Strategi Manajemen Perusahaan	29
D. Hubungan Antara Analisis Perubahan Dan Strategi Manajemen Perusahaan	34
Bab 3 - Tujuan dan Strategi Jangka Panjang.....	41
A. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Penetapan Tujuan ...	44
B. Perumusan Tujuan Jangka Panjang	52

C. Strategi Jangka Panjang	58
D. Implementasi Strategi Jangka Panjang	64
E. Tantangan dalam Merumuskan dan Mengimplementasikan Strategi Jangka Panjang.....	66
Bab 4 - Pengendalian dalam Manajemen Strategi.....	71
A. Definisi Pengendalian dalam Konteks Manajemen Strategi.....	71
B. Pentingnya Pengendalian dalam Pelaksanaan Strategi.....	72
C. Teori Dasar Pengendalian	74
D. Proses Pengendalian Strategi.....	78
E. Jenis-jenis Pengendalian dalam Manajemen Strategi.....	83
F. Metode dan Alat Pengendalian	86
G. Tantangan dan Hambatan dalam Pengendalian Strategi ...	90
H. Kesimpulan	93
Bab 5 - Strategi Pemasaran Produk	98
A. Definisi Strategi Pemasaran Produk	98
B. Tujuan Pemasaran Produk	100
C. Faktor Faktor Pemasaran Produk	101
D. Analisis Pasar.....	103
E. Penetapan Posisi Produk.....	104
F. Strategi Promosi Produk	105

Bab 6 - Strategi Modal Usaha	109
A. Gambaran Umum Modal Usaha	110
B. Sumber-Sumber Modal Usaha.....	111
C. Jenis-jenis Modal Usaha	118
D. Indikator Modal Usaha.....	123
 Bab 7 - Pengelolaan Sumber Daya Perusahaan.....	 125
A. Definisi Pengelolaan Sumber Daya Perusahaan.....	125
B. Pentingnya Pengelolaan Sumber Daya Perusahaan.....	129
C. Prinsip-Prinsip Pengelolaan Sumber Daya Perusahaan ...	131
D. Proses Pengelolaan Sumber Daya Perusahaan.....	135
 Bab 8 - Budaya Organisasi dalam Manajemen Strategis.....	 138
A. Pengertian dan Konsep Budaya Organisasi.....	139
B. Karakteristik Budaya Organisasi	144
C. Fungsi Budaya Organisasi.....	145
D. Menciptakan dan Mempertahankan Budaya Organisasi ...	147
 Daftar Pustaka	 150
Tentang Penulis	163



Analisis Lingkungan Usaha

Dr. Rahayu Sri Purnami, S,Si., M.M

Suatu organisasi merupakan bagian dari sejumlah persaingan dalam suatu industri, yang semuanya dipengaruhi oleh suatu keputusan, strategi kompetitif dan inovasi lainnya. Mengingat betapa pentingnya saling ketergantungan ini, keputusan strategis harus selalu melibatkan: (i) beberapa penilaian terhadap dampaknya terhadap perusahaan lain, dan kemungkinan reaksi mereka; dan (ii) menyadari sepenuhnya apa yang dilakukan pesaing setiap saat. (Thompson, John;Scott, Jonathan M.;Martin, 2023)

Tahapan penting yang perlu dilaksanakan sebelum merumuskan strategi adalah dengan melakukan penilaian situasi perusahaan saat ini. Memahami lingkungan di sekitar

organisasi adalah penting bagi para eksekutif yang bertanggung jawab organisasi. Ada beberapa alasan untuk hal ini pertama, lingkungan menyediakan sumber daya bagi suatu organisasi kebutuhan untuk menciptakan barang dan jasa. Kedua, lingkungan merupakan sumber peluang dan ancaman bagi suatu organisasi. Ketiga, lingkungan membentuk berbagai keputusan strategis yang diambil para eksekutif ketika mereka berusaha memimpin organisasi mereka menuju kesuksesan. Lingkungan sering kali memberikan batasan penting pada tujuan organisasi misalnya. (Kennedy, 2020)

Situasi perusahaan tersebut meliputi dua aspek lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan. Bagi organisasi mana pun, lingkungan terdiri dari serangkaian kondisi dan kekuatan eksternal yang mempunyai pengaruh berpotensi mempengaruhi organisasi. Penting untuk membagi konsep lingkungan kompetitif suatu bisnis menjadi dua komponen: lingkungan umum dan industrinya. Lingkungan umum, atau lingkungan makro, mencakup tren secara keseluruhan dan peristiwa dalam masyarakat seperti tren sosial, tren teknologi, demografi, dan kondisi ekonomi. Industri, atau lingkungan kompetitif, terdiri dari beberapa organisasi yang secara kolektif bersaing dengan satu organisasi pihak lain dengan menyediakan barang, jasa, atau keduanya yang serupa. Lingkungan eksternal terutama membahas mengenai kondisi persaingan yang dihadapi perusahaan, sedangkan lingkungan internal khususnya membahas mengenai sumber daya dan kemampuan organisasi perusahaan. Memetakan arah jangka panjang perusahaan, memahami proposisi nilai pelanggannya, menetapkan tujuan, atau menyusun strategi tanpa terlebih dahulu memahami lingkungan eksternal dan internal perusahaan dapat menghambat upaya



MANAJEMEN STRATEGI

Buku "Manajemen Strategi" ini menggali konsep inti untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi bisnis yang efektif. Dari analisis lingkungan hingga implementasi taktis, pembaca diajak untuk memahami esensi strategi perusahaan modern. Melalui studi kasus dan panduan praktis, buku ini membimbing pembaca melalui perjalanan penting dalam mengelola strategi yang sukses.

ISBN 978-623-8686-01-8



9 786238 686018



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