

BAB VII

MANAJEMEN STRATEGIS PERUSAHAAN

T U J U A N

1. Mengetahui konsep dasar strategi, komponen-komponen strategi, dan bagaimana strategi disusun.
2. Mengetahui bagaimana manajemen strategis dijalankan.
3. Mengetahui berbagai jenis strategi berdasarkan tingkat perusahaan atau korporat, pada tingkat bisnis, dan tingkat fungsional.

Pengertian Strategi

- ❖ **Strategi adalah rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi.**
Strategy is a Comprehensive Plan for accomplishing an organization's goals
(Griffin)

Komponen Strategi

- ❖ kompetensi yang berbeda (*distinctive competence*)
- ❖ ruang lingkup (*scope*)
- ❖ distribusi sumber daya (*resource deployment*).

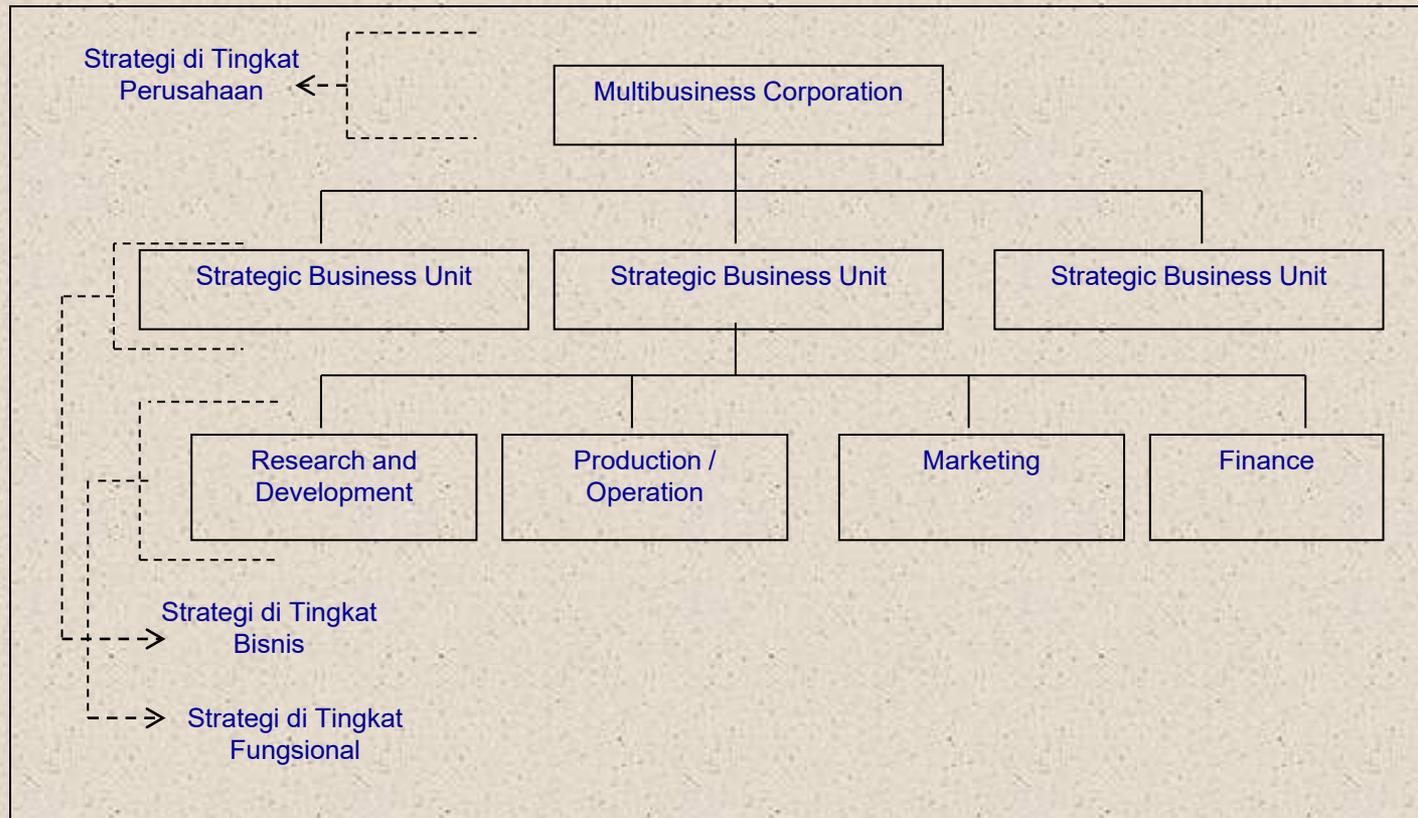
Jenis-jenis Strategi

- ❖ strategi pada tingkat perusahaan (*corporate-level strategy*)
- ❖ kedua strategi pada tingkat bisnis (*bisnis-level strategy*)
- ❖ strategi pada tingkat fungsional (*functional level strategy*)

**Griffin
(2000)**

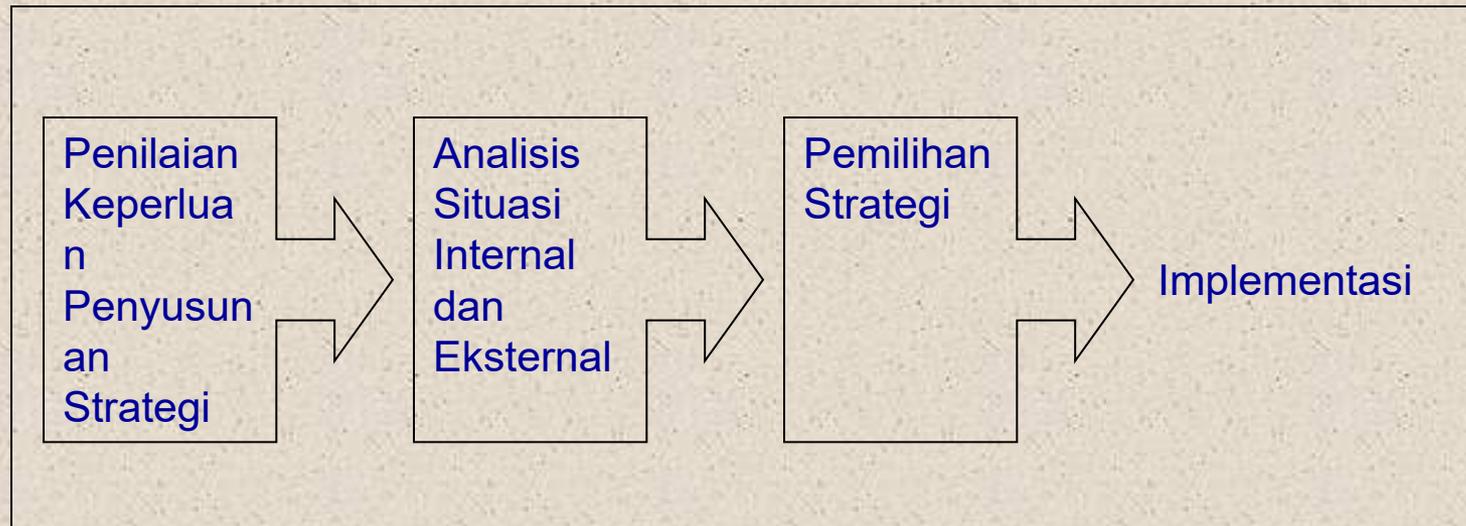
**Stoner,
Freeman, &
Gilbert
(1995)**

Tiga Tingkatan Strategi



Stoner, Freeman, & Gilbert (1995)

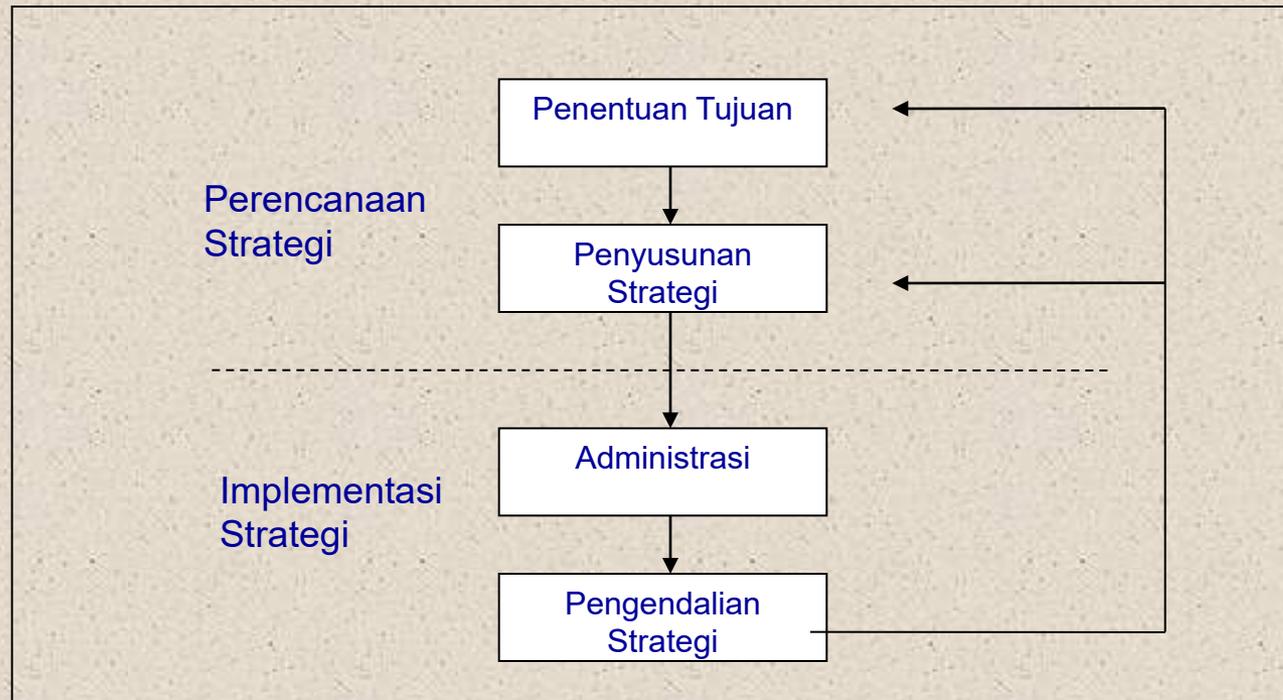
Proses Penyusunan Strategi



Pilihan Strategi berdasarkan analisa SWOT



Proses Manajemen Strategis



Strategi di tingkat Korporat

❖ Strategi Portfolio (*Portfolio Strategy*)

- ❖ *Acquisition*
- ❖ *Unrelated diversification*
- ❖ *Matrix BCG based Strategy*

❖ Strategi Utama (*Main Strategy*)

- ❖ *Growth Strategy*
- ❖ *Stability Strategy*
- ❖ *Retrenchment Strategy*

BCG Matrix



BCG Matrix (lanjutan)

- ❖ **Question Mark.** Pada saat perusahaan mendapatkan penilaian *question mark* atau tanda tanya, ini berarti bahwa dapat tidaknya perusahaan melanjutkan bisnis yang sedang dijalankan sangat bergantung misalnya pada kondisi keuangan yang ada. Hal tersebut dikarenakan bahwa perusahaan memerlukan tambahan dana untuk meningkatkan pangsa pasar disaat pertumbuhan pasar dari bisnis yang dijalanannya tinggi.
- ❖ **Star.** Pada saat perusahaan mengalami kondisi dengan indikator *star* atau bintang, ini berarti bahwa perusahaan tengah meraih kesuksesan dalam bisnisnya. Hal tersebut dikarenakan pertumbuhan pasar dalam bisnis yang dijalankan mampu diimbangi dengan kemampuan perusahaan untuk meraih pangsa pasar yang tinggi pula.
- ❖ **Cash Cow.** Pada saat perusahaan mengalami dengan indikator *cash cow* , perusahaan mengalami kesuksesan yang tinggi dengan memperoleh pendapatan yang berlebih dari pangsa pasar yang tinggi sekalipun pertumbuhan pasar relatif rendah. Dalam keadaan seperti ini, perusahaan tidak memerlukan investasi yang berlebih dalam bisnis ini. Sebaliknya, ketersediaan dana yang dimiliki oleh perusahaan dapat dialokasikan untuk kegiatan bisnis yang lain.
- ❖ **Dogs.** Pada saat perusahaan mengalami kondisi dengan indikator *dogs* atau anjing, perusahaan mengalami kondisi yang buruk dalam sektor bisnis yang dijalanannya. Selain pangsa pasar yang rendah, pertumbuhan pasarnya juga rendah. Bisnis pada sektor ini seringkali disubsidi dari bisnis pada sektor lain yang mungkin dijalankan oleh perusahaan. Pada kondisi seperti ini, perusahaan sebaiknya menutup bisnis yang dijalankan.

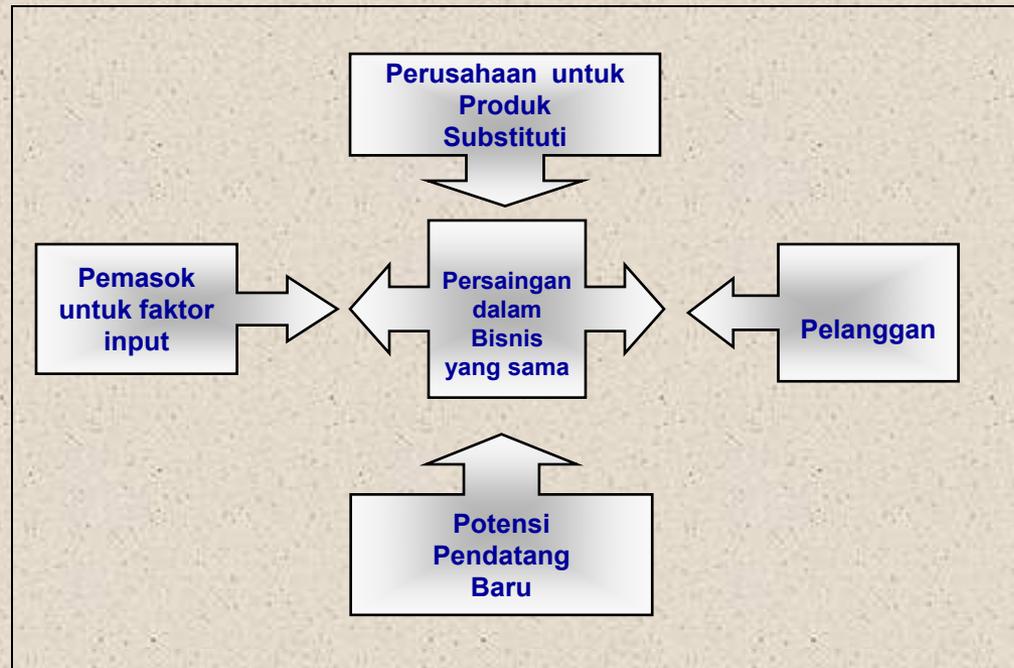
Strategi di tingkat Bisnis

- ❖ **Framework of Five Forces Factors Model by Porter**

- ❖ **Alternative Strategy:**
 - ❖ ***Positioning Strategy***
 - ◆ Cost Leadership Strategy
 - ◆ Differentiation Strategy
 - ◆ Business Focus Strategy

 - ❖ ***Adaptive Strategy***
 - ◆ Defenders Strategy
 - ◆ Prospectors Strategy
 - ◆ Analyzers Strategy
 - ◆ Reactors Strategy

Strategi di tingkat Bisnis



Five Forces Factor's model of Porter

Strategi di tingkat Fungsional (Direct Strategy)

- ❖ Kesamaan Pasar
- ❖ Kesamaan Sumber