

Tugas dibuat berkelompok, setiap tugas di serahkan oleh perwakilan kelompok secara bergantian untuk tugas berikutnya secara bergantian. Jawaban maximum 1 halaman.

## Tugas 1 Kelompok 2

### Anggota:

1. Arief Widodo (NIM. 202510004)
2. Rezki Ardiansyah (NIM. 202510010)
3. Ahmad Fauzi (NIM. 202510015)
4. Yossi Adriati (NIM. 202510012)
5. Reka Tia Susanti (NIM. 202510008)
6. Agung Sadidi (NIM. 202510021)
7. Jauhar Fahri (NIM. 202510023)

### Formulasi Strategi Visi dan Misi

#### Hasil Diskusi:

Visi dan Misi dalam formulasi strategi merupakan elemen penting dalam manajemen strategik. Proses formulasi strategi diawali dengan pertimbangan terhadap kemampuan organisasi, sumber daya manusia, konsumen internal, dan konsumen eksternal. Penyusunan strategi didahului dengan penentuan visi dan misi perusahaan. Perumusannya harus jelas, realistis, dan sesuai dengan nilai perusahaan. Perwujudan dari visi dan misi perusahaan ada dalam bentuk tindakan strategis untuk mencapai tujuan perusahaan di masa depan.

#### Karakteristik dari visi yang efektif diantaranya:

- Singkat
- Konsisten dengan nilai perusahaan
- Dapat dibuktikan
- Inspirasional.

#### Karakteristik dari misi yang efektif diantaranya:

- Menginspirasi perubahan
- Bersifat jangka panjang
- Mudah dipahami dan dikomunikasikan

#### Tujuan dari misi:

- Memastikan adanya kesamaan tujuan dalam organisasi
- Dasar untuk motivasi
- Dasar pengalokasian SDM
- Membangun iklim dalam organisasi

# **KONSEP DASAR MANAJEMEN STRATEGIK**

**Oleh**

**Kelompok 2 (DUA)**

- 1. Arief Widodo (NIM. 202510004)**
- 2. Rezki Ardiansyah (NIM. 202510010)**
- 3. Ahmad Fauzi (NIM. 202510015)**
- 4. Yossi Adriati (NIM. 202510012)**
- 5. Reka Tia Susanti (NIM. 202510008)**
- 6. Agung Sadidi (NIM. 202510021)**

**Diajukan untuk memenuhi**

**Tugas Kelompok Manajemen Strategik**

**Bapak Dr. Hengky Sumisto Halim., ST.,M.M**



**PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BINA DARMA  
PALEMBANG  
2021**

## 1. Pengertian manajemen strategik

Manajemen adalah proses yang terdiri dari rangkaian kegiatan, seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian atau pengawasan, yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan SDM dan sumber daya lainnya. Sedangkan, strategi adalah rencana jangka panjang dengan diikuti tindakan-tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu.

Manajemen strategis merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan.

Adapun keterampilan yang harus dimiliki oleh seorang manajer, yakni :

### a. Keterampilan konseptual (*conceptional skill*)

Top manager harus memiliki keterampilan untuk membuat konsep, ide, dan gagasan demi kemajuan organisasi yang kemudian dijabarkan menjadi suatu rencana kegiatan untuk mewujudkan gagasan atau konsepnya itu. Proses penjabaran ide menjadi suatu rencana kerja yang kongkret itu biasanya disebut sebagai proses perencanaan.

### b. Keterampilan berhubungan dengan orang lain (*humanity skill*)

Manajer juga perlu dilengkapi dengan keterampilan berkomunikasi atau keterampilan berhubungan dengan orang lain, yang disebut juga keterampilan kemanusiaan. Dengan komunikasi yang persuasif, bersahabat, dan kepatutan akan membuat karyawan merasa dihargai dan kemudian mereka akan bersikap terbuka kepada atasan.

### c. Keterampilan teknis (*technical skill*)

Keterampilan ini merupakan bekal bagi manajer pada tingkat yang lebih rendah. Keterampilan teknis ini merupakan kemampuan untuk menjalankan suatu pekerjaan tertentu, misalnya menggunakan program komputer, memperbaiki mesin, membuat kursi, akuntansi dan lain-lain.

Selain tiga keterampilan dasar di atas, Ricky W. Griffin menambahkan dua keterampilan dasar yang perlu dimiliki manajer, yaitu:

- a. Keterampilan manajemen waktu, keterampilan yang merujuk pada kemampuan seorang manajer untuk menggunakan waktu yang dimilikinya secara bijaksana.
- b. Keterampilan membuat keputusan, kemampuan untuk mendefinisikan masalah dan menentukan cara terbaik dalam memecahkannya. Kemampuan membuat keputusan adalah yang paling utama bagi seorang manajer, terutama bagi kelompok manajer atas (*top manager*).

Griffin mengajukan tiga langkah dalam pembuatan keputusan:

- mendefinisikan masalah dan mencari berbagai alternatif yang dapat diambil untuk menyelesaikannya.
- mengevaluasi setiap alternatif yang ada dan memilih sebuah alternatif yang dianggap paling baik.
- mengimplementasikan alternatif yang telah ia pilih serta mengawasi dan mengevaluasinya agar tetap berada di jalur yang benar.

## 2. Perencana strategi

- a. Pejabat eksekutif kepala
- b. Presiden
- c. Pemilik
- d. Ketua dewan direksi
- e. Direktur eksekutif
- f. Penasehat
- g. Dekan
- h. Atau wirausahawan

### 3. Tingkatan Strategi

#### a. Enterprise Strategy

Strategi ini berkaitan dengan respons masyarakat. Masyarakat adalah kelompok yang berada di luar organisasi yang tidak dapat dikontrol. Di dalam, ada pemerintah dan berbagai kelompok lain seperti kelompok penekan, kelompok politik dan kelompok sosial lainnya. Jadi dalam strategi enterprise terlihat relasi antara organisasi dan masyarakat luar, sejauh interaksi itu akan dilakukan sehingga dapat menguntungkan organisasi. Strategi itu juga menampakkan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk memberi pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat.

#### b. Corporate Strategy

Strategi ini berkaitan dengan misi organisasi, sehingga sering disebut Grand Strategy yang meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi. Bagaimana misi itu dijalankan, hal ini memerlukan keputusan-keputusan stratejik dan perencanaan stratejik yang selayaknya juga disiapkan oleh setiap organisasi.

#### c. Business Strategy

Strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana merebut pasaran di tengah masyarakat. Bagaimana menempatkan organisasi di hati para penguasa, para pengusaha, para donor dan sebagainya untuk memperoleh keuntungan stratejik yang sekaligus mampu menunjang berkembangnya organisasi ke tingkat yang lebih baik.

#### d. Functional Strategy

Strategi ini merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain.

Strategi functional ekonomi, mencakup fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi hidup sebagai satu kesatuan ekonomi yang sehat, berkaitan dengan keuangan, pemasaran, sumber daya, penelitian dan pengembangan.

Strategi functional [manajemen](#), mencakup fungsi-fungsi manajemen yaitu planning, organizing, implementing, controlling, staffing, leading, motivating, communicating, decision making, representing, dan integrating.

Strategi isu strategik, fungsi utamanya ialah mengontrol lingkungan, baik situasi lingkungan yang sudah diketahui maupun situasi yang belum diketahui atau yang selalu berubah (J. Salusu, p 101, 1996).

Tingkat-tingkat strategi itu merupakan kesatuan yang bulat dan menjadi isyarat bagi setiap pengambil keputusan tertinggi bahwa mengelola organisasi tidak boleh dilihat dari sudut kerapian administratif semata, tetapi juga hendaknya memperhitungkan soal “kesehatan” organisasi dari sudut ekonomi (J. Salusu, p 104, 1996).

#### **4. Model dan Proses Manajemen Strategi**

##### **a. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal**

Realisasi misi perusahaan akan menjadi sulit dilakukan jika perusahaan tidak berinteraksi dengan lingkungan eksternalnya. Oleh karena itu, tindakan untuk mengetahui dan menganalisis lingkungan eksternalnya menjadi sangat penting karena pada hakikatnya kondisi lingkungan eksternal berada di luar kendali organisasi. Selain pemahaman kondisi lingkungan eksternal, pemahaman kondisi lingkungan internal perusahaan secara luas dan mendalam juga perlu dilakukan. Oleh karena itu, strategi yang dibuat perlu bersifat konsisten dan realistis sesuai dengan situasi dan kondisinya. Berdasarkan pemahaman lingkungan internal ini, hendaknya kelemahan dan juga kekuatan yang dimiliki perusahaan dapat diketahui. Selain itu, perusahaan perlu mencermati peluang yang ada dan memanfaatkannya agar perusahaan memiliki keunggulan kompetitif.

##### **b. Analisis Pilihan Strategi**

Pada dasarnya setiap perusahaan, dalam menjalankan usahanya, mempunyai strategi. Namun, para pimpinan perusahaan kadang-kadang tidak tahu atau tidak menyadarinya. Bentuk strategi berbeda-beda antar-industri, antarperusahaan, dan bahkan antar-situasi. Namun ada sejumlah strategi yang sudah umum diketahui, dimana strategi-strategi ini dapat diterapkan pada berbagai bentuk industri dan ukuran perusahaan. Strategi-strategi ini

dikelompokkan sebagai strategi generic. Dari bermacam-macam strategi dalam kelompok strategi generic ini akan dipilih salah satu atau kombinasi beberapa strategi induk (grand strategy) dengan menggunakan cara-cara tertentu.

c. Sasaran Jangka Panjang

Upaya pencapaian tujuan perusahaan merupakan suatu proses berkesinambungan yang memerlukan tahapan. Untuk menentukan apakah suatu tahapan sudah dicapai atau belum diperlukan suatu tolak ukur, misalnya kurun waktu dan hasil yang ingin dicapai dirumuskan secara jelas, yaitu dengan angka-angka kuantitatif. Pembuatan sasaran jangka panjang ini mengacu kepada strategi induk yang telah ditetapkan sebelumnya.

d. Strategi Fungsional

Langkah penting implementasi strategi induk dilakukan dengan membagi-baginya ke dalam berbagai sasaran jangka pendek, misalnya dalam jangka waktu tahunan, secara berkesinambungan dengan memperhatikan skala prioritas serta dapat diukur. Sasaran jangka pendek ini hendaknya mengacu pada strategi fungsional yang sifatnya operasional. Strategi fungsional yang sifatnya lebih operasional ini mengarah berbagai bidang fungsional dalam perusahaan untuk memperjelas hubungan makna strategi utama dengan identifikasi rincian yang sifatnya spesifik. Strategi fungsional menjadi penuntun dalam melakukan berbagai aktivitas agar konsisten bukan hanya dengan strategi utamannya saja, melainkan juga dengan strategi bidang fungsional lainnya. Dalam organisasi perusahaan yang konvensional, bidang-bidang fungsional utamanya adalah bidang keuangan, SDM, produksi dan operasi, serta bidang pemasaran.

e. Program, Pelaksanaan, Pengendalian dan Evaluasi

Agar sasaran yang ingin diraih dapat direalisasikan dengan strategi yang telah ditetapkan, strategi perlu ditindaklanjuti dengan pelaksanaan (action). Pelaksanaan tidak efektif bila tidak didahului dengan perencanaan. Perencanaan yang baik minimal mengandung asas-asas untuk mencapai tujuan, realistis dan wajar, efisien serta merupakan cerminan dari strategi dan

kebijakan perusahaan. Pengendalian atau pengawasan dimaksudkan untuk lebih menjamin bahwa semua kegiatan yang diselenggarakan oleh perusahaan hendaknya didasarkan pada rencana yang telah disepakati, sehingga sasaran tidak menyimpang. Jika hasil evaluasi pekerjaan diketahui bahwa ada faktor X yang mengakibatkan terjadinya penyimpangan kerja dari rencana yang ada, dan memang disebabkan salah asumsi atau oleh hal-hal lain yang sifatnya uncontrollable, maka rencana perlu direvisi ulang

## 5. Manfaat manajemen strategi

Manfaat manajemen strategis menurut David (2002:15) adalah:

- Membantu organisasi membuat strategi yang lebih baik dengan menggunakan pendekatan yang lebih sistematis, logis, rasional pada pilihan strategis.
- Merupakan sebuah proses bukan keputusan atau dokumen. Tujuan utama dari proses adalah mencapai pengertian dan komitmen dari semua manajer dan karyawan.
- Proses menyediakan pemberdayaan individual. Pemberdayaan adalah tindakan memperkuat pengertian karyawan mengenai efektivitas dengan mendorong dan menghargai mereka untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan dan atihan inisiatif serta imajinasi.
- Mendatangkan laba
- Meningkatkan kesadaran ancaman eksternal
- Pemahaman yang lebih baik mengenai strategi pesaing
- Meningkatnya produktivitas karyawan
- Berkurangnya penolakan terhadap perubahan
- Pemahaman yang lebih jelas mengenai hubungan prestasi penghargaan

Manfaat Manajemen Strategis secara umum:

- Aktivitas formulasi strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi perusahaan
- Proses manajemen strategi akan memberikan hasil keputusan terbaik dikarenakan interaksi kelompok mengumpulkan berbagai strategi yang lebih besar
- Keterlibatan karyawan di dalam formulasi strategi akan dapat memperbaiki pengertian mereka atas penghargaan produktivitas di dalam setiap

perencanaan strategi dan dengan demikian dapat mempertinggi motivasi kerja mereka

- Penerapan manajemen strategi membuat manajemen perusahaan menjadi lebih peka terhadap ancaman yang datang dari luar perusahaan
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa organisasi yang menggunakan konsep manajemen strategi akan lebih profitable (menguntungkan) dan lebih berhasil daripada yang tidak menerapkannya.

Ada beberapa manfaat yang diperoleh organisasi jika mereka menerapkan manajemen strategik, yaitu:

1. Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju.
2. Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi.
3. Membuat suatu organisasi menjadi lebih efektif
4. Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin beresiko.
5. Aktifitas pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya masalah di masa datang.
6. Keterlibatan anggota organisasi dalam pembuatan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya.
7. Aktifitas yang tumpang tindih akan dikurang

Melihat dari definisi manajemen strategi memiliki beberapa manfaat, diantaranya adalah :

1. Manajemen Strategi setidaknya bisa mencegah terjadinya berbagai macam masalah di dalam maupun diluar perusahaan serta meningkatkan kemampuan perusahaan didalam menghadapi sebuah masalah
2. Manajemen Strategi bisa membuat kondisi atas penolakan terhadap suatu perubahan dapat berkurang.
3. Manajemen Strategi membuat perusahaan akan bisa melaksanakan seluruh aktivitas operasionalnya secara lebih efisien serta efektif
4. Keterlibatan tenaga kerja atau karyawan perusahaan terhadap perumusan strategi bisa memperbaiki pengertian karyawan atas penghargaan sebuah

produktivitas dalam tiap perencanaan strategi sehingga ujungnya bisa meningkatkan motivasi kerja dan rasa kebersamaan antar karyawan.

5. Seluruh keputusan yang dijalankan oleh para manajer didalam perusahaan cenderung lebih tepat, hal ini dikarenakan seluruhnya didasarkan pada perencanaan yang sudah matang dan sudah memperhitungkan seluruh aspek yang terkait.
6. Manajemen Strategi akan membuat pihak manajemen perusahaan akan menjadi bertambah peka terhadap ancaman yang bisa datang dari luar lingkungan perusahaan
7. Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditunjukkan bahwa perusahaan yang mempergunakan konsep manajemen strategi lebih profitable daripada perusahaan yang tidak menerapkan manajemen strategi
8. Kegiatan kegiatan yang saling tumpang tindih akan berkurang
9. Manajemen Strategi dapat membantu perusahaan bisa dengan mudah beradaptasi pada perubahan perubahan yang terjadi, dan keengganan dari karyawan lama untuk berubah bisa dikurangi
10. Manajemen Strategi dapat mengidentifikasi keunggulan komparatif perusahaan didalam lingkungan yang makin beresiko
11. Manajemen Strategi memberikan arah perusahaan jangka panjang yang jelas yang nanti akan dituju

## **6. Model dan Proses manajemen Strategi**

Model Manajemen strategi menurut Jauch dan Glueck (1996:8) terdiri dari 4 tahapan yaitu

- a. Analisis dan diagnosis, pada tahap ini terdiri dari aktifitas menentukan masalah dan peluang lingkungan, kekuatan serta kelemahan internal
- b. Pemilihan, yaitu mendorong penyelesaian alternatif terhadap masalah, menilai penyelesaiannya dan memilih yang terbaik
- c. Pelaksanaan, membuat agar strategi berjalan dengan baik dengan membangun struktur untuk mendukung strategi dan mengembangkan rencana serta kebijakan yang tepat

- d. Evaluasi, yaitu umpan balik mengenai pelaksanaan strategi dan mengambil langkah-langkah koreksi

Menurut David (2006), proses manajemen strategi terdiri atas tiga tahap yaitu: formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

1. Formulasi strategi, termasuk mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternatif strategi, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan.
2. Implementasi strategi mensyaratkan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dijalankan. Implementasi strategi termasuk mengembangkan budaya dan mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif dan mengarahkan usaha pemasaran, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memberdayakan sistem informasi, dan menghubungkan kinerja karyawan dengan kinerja organisasi.
3. Evaluasi strategi adalah tahapan final dalam manajemen strategis. Manajer sangat ingin mengetahui kapan strategi tidak dapat berjalan seperti yang diharapkan; evaluasi strategi adalah alat utama untuk mendapatkan informasi ini.

# MANAJEMEN STRATEGIK



Dosen :

**Dr. Hengky Sumisto Halim, S.T, M.M**

Disusun Oleh :

**Ahmad Mardhotillah (202510016)**

**Fadhillah Adhariani (202510006)**

**Sintia Lorenza (202510019)**

**Universitas Bina Darma Palembang**

**Program Study Magister Manajemen**

**Tahun Ajaran 2020-202**

## Formulasi Strategi Visi dan Misi

### Visi dan Misi Bisnis

Visi yang dimiliki oleh sebuah perusahaan merupakan cita-cita tentang keadaan di masa datang yang ingin diwujudkan oleh seluruh personel perusahaan, mulai dari jenjang yang paling atas sampai yang paling bawah. Misi adalah penjabaran secara tertulis mengenai visi agar visi mudah dimengerti atau jelas bagi seluruh staf perusahaan

Didalam perusahaan, organisasi, usaha sangat diperlukan Visi dan Misi. Visi berfungsi sebagai tujuan umum yang bisa dijadikan sebagai landasan utama untuk jalannya organisasi. Misi adalah rencana tindakan untuk mewujudkan Visi

Visi bagi perusahaan berfungsi sebagai tujuan umum yang bisa dijadikan sebagai landasan utama untuk jalannya organisasi. Misi adalah rencana tindakan untuk mewujudkan Visi.

Dari Visi dan Misi inilah kita bisa mengembangkannya menjadi langkah langkah strategi untuk menggerakkan roda perusahaan.

Visi : memberikan jaminan kesehatan yang berkualitas tanpa diskriminasi

Misi :

1. Peningkatan Mutu Layanan
2. Kolekting Iuran
3. Strategic Purchasing
4. Peningkatan Kapabilitas Badan

**TUGAS KELOMPOK 1**  
**MANAJEMEN STRATEGIK**



**Oleh:**

1. Elly Faridah 202510001
2. Siti Zahara 202510002
3. Yurniati 202510013
4. Apriansyah 202510003
5. Muhammad Taufan Dwi Putra 202510018
6. Efran Martahan 202510020

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**UNIVERSITAS BINADARMA**  
**2021**

## **PENYUSUNAN BAB FORMULASI STRATEGI VISI DAN MISI**

Formulasi strategi adalah tahapan pertama dalam proses manajemen strategis yang mencakup pengembangan visi dan misi, mengidentifikasi kesempatan dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menciptakan tujuan jangka panjang, memulai strategi alternative, dan memilih strategi untuk dicapai.

Adapun hal yang patut dipertimbangkan dalam formulasi strategi yaitu :

- a. Harus dipahami benar visi, dan misi dan objektif perusahaan sehingga dapat mengetahui arah mana perusahaan/organisasi akan dibawa serta bagaimana caranya untuk menuju ke arah tersebut.
- b. Harus memahami tentang posisi perusahaan/organisasi pada saat ini.
- c. Kemampuan untuk mengidentifikasi factor factor lingkungan baik eksternal maupun internal.
- d. Mencari alternative solusi yang bisa dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi secara lebih efektif dan efisien di masa yang akan datang.

Menurut Rothwell adapun langkah langkah perumusan strategi yaitu :

- a. Establishment of Vision, and Goals  
Mencakup pernyataan umum yang berkaitan misi, maksud dan tujuan organisasi.
- b. Identifying Past and Present Strategies  
Pemimpin harus dapat melihat dan mengidentifikasi apakah strategi yang sebelumnya masih bisa diterapkan atau perlu diperbaiki.
- c. Diagnosing Past and Present Performance  
Mengevaluasi bagaimana strategi terdahulu bekerja dan menentukan perubahan apa yang diperlukan sehingga laporan sebuah organisasi perlu dikaji lebih dalam dengan melihat beberapa faktor yaitu efektivitas organisasi, proses organisasi, kinerja organisasi.
- d. Setting Objectives  
Sasaran adalah pernyataan tentang apa yang dituju organisasi. Baik sasaran jangka panjang dan jangka pendek.
- e. Analisis SWOT dan Perumusan Strategi  
Pendekatan ini mencoba menyeimbangkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal organisasi.
- f. Develop and Evaluate Alternative Strategies and Select Strategy  
Membuat keputusan strategis adalah elemen kunci pengambilan keputusan pada pembuatan strategi. Berdasarkan analisis ini, keinginan manajemen untuk menemukan strategi akan memberikan organisasi keuntungan kompetitif. Ada tiga cara penting manajemen dalam memperoleh keuntungan yang kompetitif yaitu :
  - Biaya kepemimpinan
  - Diferensiasi
  - Fokus pada segmen pasar yang sempit.

# **FORMULASI STRATEGI VISI DAN MISI**

**Oleh**

**Kelompok 2 (DUA)**

- 1. Arief Widodo (NIM. 202510004)**
- 2. Rezki Ardiansyah (NIM. 202510010)**
- 3. Ahmad Fauzi (NIM. 202510015)**
- 4. Yossi Adriati (NIM. 202510012)**
- 5. Reka Tia Susanti (NIM. 202510008)**
- 6. Agung Sadidi (NIM. 202510021)**

**Diajukan untuk memenuhi**

**Tugas Kelompok Manajemen Strategik**

**Bapak Dr.Hengky Sumisto Halim., S.T.,M.M**



**PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BINA DARMA  
PALEMBANG  
2021**

## **Formulasi Strategi Visi dan Misi**

### **Hasil Diskusi:**

Penyusunan strategis didahului dengan penentuan visi dan misi perusahaan. Perumusannya harus jelas, realistis, dan sesuai dengan nilai perusahaan. Perwujudan dari visi dan misi perusahaan ada dalam bentuk tindakan strategis untuk mencapai tujuan perusahaan.

### **Karakteristik dari visi yang efektif diantaranya:**

- Singkat
- Konsisten dengan nilai perusahaan
- Dapat dibuktikan
- Inspirasional.

### **Karakteristik dari misi yang efektif diantaranya:**

- Menginspirasi perubahan
- Bersifat jangka panjang
- Mudah dipahami dan dikomunikasikan.

**TUGAS KELOMPOK 1**  
**MANAJEMEN STRATEGIK**



**Oleh:**

1. Elly Faridah 202510001
2. Siti Zahara 202510002
3. Yurniati 202510013
4. Apriansyah 202510003
5. Muhammad Taufan Dwi Putra 202510018
6. Efran Martahan 202510020

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**UNIVERSITAS BINADARMA**  
**2021**

## **PENYUSUNAN BAB FORMULASI STRATEGI VISI DAN MISI**

Formulasi strategi adalah tahapan pertama dalam proses manajemen strategis yang mencakup pengembangan visi dan misi, mengidentifikasi kesempatan dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menciptakan tujuan jangka panjang, memulai strategi alternative, dan memilih strategi untuk dicapai.

Adapun hal yang patut dipertimbangkan dalam formulasi strategi yaitu :

- a. Harus dipahami benar visi, dan misi dan objektif perusahaan sehingga dapat mengetahui arah mana perusahaan/organisasi akan dibawa serta bagaimana caranya untuk menuju ke arah tersebut.
- b. Harus memahami tentang posisi perusahaan/organisasi pada saat ini.
- c. Kemampuan untuk mengidentifikasi factor factor lingkungan baik eksternal maupun internal.
- d. Mencari alternative solusi yang bisa dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi secara lebih efektif dan efisien di masa yang akan datang.

Menurut Rothwell adapun langkah langkah perumusan strategi yaitu :

- a. Establishment of Vision, and Goals  
Mencakup pernyataan umum yang berkaitan misi, maksud dan tujuan organisasi.
- b. Identifying Past and Present Strategies  
Pemimpin harus dapat melihat dan mengidentifikasi apakah strategi yang sebelumnya masih bisa diterapkan atau perlu diperbaiki.
- c. Diagnossing Past and Present Performance  
Mengevaluasi bagaimana strategi terdahulu bekerja dan menentukan perubahan apa yang diperlukan sehingga laporan sebuah organisasi perlu dikaji lebih dalam dengan melihat beberapa faktor yaitu efektivitas organisasi, proses organisasi, kinerja organisasi.
- d. Settiing Objectives  
Sasaran adalah pernyataan tentang apa yang dituju organisasi. Baik sasaran jangka panjang dan jangka pendek.
- e. Analisis SWOT dan Perumusan Strategi  
Pendekatan ini mencoba menyeimbangkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal organisasi.
- f. Develop and Evaluate Alternative Strategies and Select Strategy  
Membuat keputusan strategis adalah elemen kunci pengambilan keputusan pada pembuatan strategi. Berdasarkan analisis ini, keinginan manajemen untuk menemukan strategi akan memberikan organisasi keuntungan kompetitif. Ada tiga cara penting manajemen dalam memperoleh keuntungan yang kompetitif yaitu :
  - Biaya kepemimpinan
  - Diferensiasi
  - Fokus pada segmen pasar yang sempit.

**TUGAS KELOMPOK 1**  
**MANAJEMEN STRATEGIK**



**Oleh:**

1. Elly Faridah 202510001
2. Siti Zahara 202510002
3. Yurniati 202510013
4. Apriansyah 202510003
5. Muhammad Taufan Dwi Putra 202510018
6. Efran Martahan 202510020

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**UNIVERSITAS BINADARMA**  
**2021**

## **PENYUSUNAN BAB FORMULASI STRATEGI VISI DAN MISI**

Formulasi strategi adalah tahapan pertama dalam proses manajemen strategis yang mencakup pengembangan visi dan misi, mengidentifikasi kesempatan dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menciptakan tujuan jangka panjang, memulai strategi alternative, dan memilih strategi untuk dicapai.

Adapun hal yang patut dipertimbangkan dalam formulasi strategi yaitu :

- a. Harus dipahami benar visi, dan misi dan objektif perusahaan sehingga dapat mengetahui arah mana perusahaan/organisasi akan dibawa serta bagaimana caranya untuk menuju ke arah tersebut.
- b. Harus memahami tentang posisi perusahaan/organisasi pada saat ini.
- c. Kemampuan untuk mengidentifikasi factor factor lingkungan baik eksternal maupun internal.
- d. Mencari alternative solusi yang bisa dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi secara lebih efektif dan efisien di masa yang akan datang.

Menurut Rothwell adapun langkah langkah perumusan strategi yaitu :

- a. Establishment of Vision, and Goals  
Mencakup pernyataan umum yang berkaitan misi, maksud dan tujuan organisasi.
- b. Identifying Past and Present Strategies  
Pemimpin harus dapat melihat dan mengidentifikasi apakah strategi yang sebelumnya masih bisa diterapkan atau perlu diperbaiki.
- c. Diagnosing Past and Present Performance  
Mengevaluasi bagaimana strategi terdahulu bekerja dan menentukan perubahan apa yang diperlukan sehingga laporan sebuah organisasi perlu dikaji lebih dalam dengan melihat beberapa faktor yaitu efektivitas organisasi, proses organisasi, kinerja organisasi.
- d. Setting Objectives  
Sasaran adalah pernyataan tentang apa yang dituju organisasi. Baik sasaran jangka panjang dan jangka pendek.
- e. Analisis SWOT dan Perumusan Strategi  
Pendekatan ini mencoba menyeimbangkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal organisasi.
- f. Develop and Evaluate Alternative Strategies and Select Strategy  
Membuat keputusan strategis adalah elemen kunci pengambilan keputusan pada pembuatan strategi. Berdasarkan analisis ini, keinginan manajemen untuk menemukan strategi akan memberikan organisasi keuntungan kompetitif. Ada tiga cara penting manajemen dalam memperoleh keuntungan yang kompetitif yaitu :
  - Biaya kepemimpinan
  - Diferensiasi
  - Fokus pada segmen pasar yang sempit.

**Nama** : **Kelompok 4**  
**Anggota** : **Ahmad Mardhotilah**  
              **Fadhillah Adhariani**  
              **Sintia Lorenza**  
**Matkul** : **Manajemen Strategi**

### **FORMULASI STRATEGI** **(Penentuan Strategi)**

Dengan adanya manajemen strategi diharapkan strategi benar-benar dapat dikelola sehingga strategi dapat diimplementasikan untuk mewarnai dan mengintegrasikan semua keputusan dan tindakan dalam organisasi rincian. Sebelum mengimplementasikan strategi, hendaknya ditentukan terlebih dahulu strategi-strategi yang akan digunakan.

Penentuan strategi adalah proses memilih tindakan utama (strategi) untuk mewujudkan misi organisasi. Proses mengambil keputusan untuk menetapkan strategi seolah-olah merupakan konsekuensi mulai dari penetapan visi-misi sampai terealisasinya program.

Pentingnya dilakukan penentuan strategi agar nantinya tidak bingung akan menggunakan strategi yang mana, sehingga akan lebih terfokus pada strategi yang dipilih untuk mencapai tujuan dan mewujudkan misi organisasi. Setelah diterapkan akan terlihat apakah strategi tersebut sudah tepat digunakan atau harus dilakukan evaluasi.

## **Kelompok 1 MM 36 Universitas Bina Darma Palembang**

1. Elly Faridah 202510001
2. Siti Zahara 202510002
3. Yurniati 202510013
4. Apriansyah 202510003
5. Muhammad Taufan Dwi Putra 202510018
6. Efran Martahan 202510020

### **Konsep Dasar Manajemen Strategi**

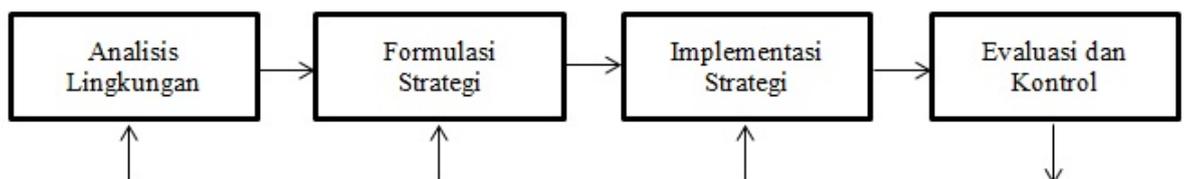
- Magna strategi adalah rencana jangka panjang dengan diikuti tindakan-tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu.
- Definisi Strategi adalah Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif
- Manajemen Strategi adalah adalah proses analisis dan penciptaan strategi serta penerapan dan pemantauan yang berkelanjutan yang digunakan oleh organisasi dengan tujuan untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Manajemen Strategi juga dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu yang digunakan untuk merumuskan, menerapkan dan mengevaluasi keputusan lintas-fungsional yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya.
- Manfaat Manajemen Strategi  
Ada beberapa manfaat yang diperoleh organisasi jika mereka menerapkan manajemen strategik, yaitu:
  1. Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju.
  2. Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi.
  3. Membuat suatu organisasi menjadi lebih efektif.
  4. Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin beresiko.
  5. Aktifitas pembuatan strategi

akan mempertinggi kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya masalah di masa datang.<sup>[1]</sup>6. Keterlibatan anggota organisasi dalam pembuatan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya.<sup>[1]</sup>7. Aktifitas yang tumpang tindih akan dikurangi.<sup>[1]</sup>8. Keengganan untuk berubah dari karyawan lama dapat dikurangi.

- Proses Manajemen Strategi

- a. *Perumusan strategi*, Pada tahap ini mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk digunakan.
- b. *Pelaksanaan strategi*, Tahap ini mengharuskan perusahaan untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga perumusan strategis dapat dilaksanakan. Pelaksanaan strategis mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, pengarahannya kembali usaha– usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi.
- c. *Evaluasi strategi*, Tahap ini adalah tahap akhir dari manajemen strategis tiga kegiatan pokok dalam evaluasi strategi adalah :
  1. Mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini
  2. Mengukur kinerja, dan
  3. Melakukan tindakan-tindakan korektif. Evaluasi strategi perlu dilakukan karena keberhasilan saat ini bukan merupakan jaminan untuk keberhasilan di hari esok.

Model Manajemen Strategi



# FORMULASI STRATEGI



Oleh:

**Kelompok 3**

**Desti Oktiani (202510005)**

**Pitri Yanti (202510007)**

**Rendy Prayitno (202510009)**

**Setiawan Dwi Putra (202510014)**

**Vinu Krishnan (192510070)**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS BINA DARMA**

**2021**

## FORMULASI STRATEGI

### 1. Visi dan Misi

#### A. Visi

Visi yang dimiliki oleh sebuah perusahaan merupakan suatu cita-cita tentang keadaan di masa datang yang diinginkan untuk terwujud oleh seluruh personel perusahaan, mulai dari jenjang yang paling atas sampai yang paling bawah, bahkan pesuruh sekalipun. Cita-cita masa depan yang ada dalam benak pendiri yang kira-kira mewakili seluruh anggota perusahaan inilah yang disebut Visi .

#### B. Misi

Pernyataan dalam misi lebih tajam dan lebih detail dibandingkan visi, karena dalam pernyataan misi terkandung definisi yang jelas mencakup harapan seluruh pemangku kepentingan atas kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

### 2. Penilaian Internal dan Eksternal

Penilaian Internal dan eksternal merupakan suatu alat manajemen dasar yang digunakan tidak hanya dalam perencanaan strategik, tetapi juga dalam pengembangan kebijakan dan penyelesaian masalah. Alat ini memberikan penilaian mendasar bagi organisasi/perusahaan.

### 3. Lingkungan Global

Manajemen strategi menyongsong era globalisasi yang dapat diterapkan di perusahaan-perusahaan antara lain: Persaingan global dengan lini yang luas , Fokus global, Fokus nasional, Ceruk yang terlindung, Analisis lingkungan eksternal, Analisis lingkungan internal, Strategi tingkat bisnis, Strategi tingkat perusahaan, Strategi akuisisi dan restrukturisasi, Strategi internasional, dan Kepemimpinan strategi

### 4. Penentuan Strategi

Proses yang dilakukan suatu organisasi untuk menenkan strategi atau arahan, serta mengambil keputusan untuk mengalokasikan sumber dayanya (termasuk modal dan sumber daya manusia) untuk mencapai strategi ini.

### 5. Analisa dan Pilihan Strategi.

Teknik-teknik perumusan strategi yang penting dapat diintegrasikan ke dalam kerangka pengambilan keputusan tiga tahap: **Tahap Input (*input stage*)**, **Tahap Pencocokan (*matching stage*)** dan **Tahap Keputusan (*disicion stage*)**.

## Tugas 1 Kelompok 2

### Anggota:

1. Arief Widodo (NIM. 202510004)
2. Rezki Ardiansyah (NIM. 202510010)
3. Ahmad Fauzi (NIM. 202510015)
4. Yossi Adriati (NIM. 202510012)
5. Reka Tia Susanti (NIM. 202510008)
6. Agung Sadidi (NIM. 202510021)
7. Jauhar Fahri (NIM. 202510023)

### Formulasi Strategi Visi dan Misi

#### Hasil Diskusi:

Visi dan Misi dalam formulasi strategi merupakan elemen penting dalam manajemen strategik. Proses formulasi strategi diawali dengan pertimbangan terhadap kemampuan organisasi, sumber daya manusia, konsumen internal, dan konsumen eksternal. Penyusunan startegi didahului dengan penentuan visi dan misi perusahaan. Perumusannya harus jelas, realistis, dan sesuai dengan nial perusahaan. Perwujudan dari visi dan misi perusahaan ada dalam bentuk tindakan startegis untuk mencapai tujuan perusahaan di masa depan.

#### Karakteristik dari visi yang efektif diantaranya:

- Singkat
- Konsisten dengan nilai perusahaan
- Dapat dibuktikan
- Inspirasional.

#### Karakteristik dari misi yang efektif diantaranya:

- Menginspirasi perubahan
- Bersifat jangka panjang
- Mudah dipahami dan dikomunikasikan

#### Tujuan dari misi:

- Memastikan adanya kesamaan tujuan dalam organisasi
- Dasar untuk motivasi
- Dasar pengalokasian SDM
- Membangun iklim dalam organisasi

**Kelompok Tiga :**

- 1. Rendy Prayitno (202510009)**
- 2. Desti Oktiani (202510005)**
- 3. Pitri Yanti (202510007)**
- 4. Setiawan Dwi Putra (202510014)**

## **FORMULASI STRATEGI**

### **A. Visi**

Visi yang dimiliki oleh sebuah perusahaan merupakan suatu cita-cita tentang keadaan di masa datang yang diinginkan untuk terwujud oleh seluruh personel perusahaan, mulai dari jenjang yang paling atas sampai yang paling bawah, bahkan pesuruh sekalipun. Cita-cita masa depan yang ada dalam benak pendiri yang kira-kira mewakili seluruh anggota perusahaan inilah yang disebut Visi .

### **B. Misi:**

Pernyataan dalam misi lebih tajam dan lebih detail dibandingkan visi, karena dalam pernyataan misi terkandung definisi yang jelas mencakup harapan seluruh pemangku kepentingan atas kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

Contoh: Adorable Course (ABC Silaberanti)

### **A. Visi**

Mewujudkan Adorable Course sebagai lembaga pendidikan profesional dan mandiri dan menciptakan generasi muda yang cerdas, kritis dan kreatif.

### **B. Misi**

1. Meningkatkan fasilitas dan kualitas lembaga pendidikan
2. Meningkatkan segmentasi pasar dan awarness masyarakat
3. Melaksanakan pengajaran dengan metode belajar yang dapat meningkatkan kecedasan anak dan membuat anak berpikir kritis
4. Menggunakan metode yang kreatif untuk meningkatkan daya minat anak belajar

## Tugas 1 Kelompok 2

### Anggota:

1. Arief Widodo (NIM. 202510004)
2. Rezki Ardiansyah (NIM. 202510010)
3. Ahmad Fauzi (NIM. 202510015)
4. Yossi Adriati (NIM. 202510012)
5. Reka Tia Susanti (NIM. 202510008)
6. Agung Sadidi (NIM. 202510021)
7. Jauhar Fahri (NIM. 202510023)

### Formulasi Strategi Visi dan Misi

#### Hasil Diskusi:

Visi dan Misi dalam formulasi strategi merupakan elemen penting dalam manajemen strategik. Proses formulasi strategi diawali dengan pertimbangan terhadap kemampuan organisasi, sumber daya manusia, konsumen internal, dan konsumen eksternal. Penyusunan strategi didahului dengan penentuan visi dan misi perusahaan. Perumusannya harus jelas, realistis, dan sesuai dengan nilai perusahaan. Perwujudan dari visi dan misi perusahaan ada dalam bentuk tindakan strategis untuk mencapai tujuan perusahaan di masa depan.

#### Karakteristik dari visi yang efektif diantaranya:

- Singkat
- Konsisten dengan nilai perusahaan
- Dapat dibuktikan
- Inspirasional.

#### Karakteristik dari misi yang efektif diantaranya:

- Menginspirasi perubahan
- Bersifat jangka panjang
- Mudah dipahami dan dikomunikasikan

#### Tujuan dari misi:

- Memastikan adanya kesamaan tujuan dalam organisasi
- Dasar untuk motivasi
- Dasar pengalokasian SDM
- Membangun iklim dalam organisasi

Nama : Setiawan Dwi Putra  
Nim : 202510014  
Mata kuliah : Manajemen Strategik

### **Proses Strategi Bank Negara Indonesia**

Strategi Pemasaran Bank BNI bertujuan menurunkan tingkat ketidakpuasan dari gesekan pelanggan yang signifikan dan diharapkan meningkat ketika ekonomi membaik dan pemilik bisnis merasa yakin mereka bisa mendapatkan kredit atau layanan yang lebih baik di bank BNI.

1. Menarik Pelanggan dari bisnis yang kecil. Tenaga penjualan pada bank memiliki kesempatan terbesar ada di bank untuk menarik pelanggan bisnis yang kecil. Kuncinya adalah untuk menetapkan kriteria sekitar apa jenis usaha yang dijalankan klien. Bisnis apa yang cocok untuk produk dan layanan yang bank tawarkan. Siapa yang akan mendapat manfaat besar dari nilai yang bank berikan? Bank harus bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan kemudian mengidentifikasi dan mengejar prospek yang sesuai dengan kriteria. Arahan sangat berguna dalam proses ini. Jika Anda bisa, mendapatkan diperkenalkan oleh seseorang calon pelanggan mengetahui dan menghormati.
2. Mendapatkan pelanggan yang tepat adalah menggali dan benar-benar mempelajari apa yang membuat para nasabah tergerak dengan tujuan dan strategi keuangan mereka, rencana untuk masa depan mereka, tantangan yang mereka hadapi, dan lain-lain.
3. Menawarkan produk yang mengikat (misalnya pembayaran tagihan online) yang dapat digunakan oleh nasabah. Strategi Pemasaran Bank BNI untuk menjamin kepuasan nasabah dilakukan dengan menghubungi nasabah untuk berterima kasih kepada mereka untuk bisnis mereka, bertanya tentang pengalaman mereka, dan memperkenalkan kontak kedua, seperti asisten penjualan, dalam bank.
4. Melakukan kontak dengan asisten penjualan yang sebelumnya melayani nasabah untuk menjawab pertanyaan operasional, masalah-masalah kecil (jika ada), dan melanjutkan diskusi sekitar sesuatu yang dibesarkan dalam percakapan asli. Setelah 3 bulan manajer hubungan mengunjungi nasabah untuk belajar bagaimana masalah dan pertanyaan yang telah ditangani, membahas kunjungan masa depan dan rencana komunikasi, dan melanjutkan diskusi sebelumnya. Sebagai Strategi Pemasaran Bank BNI yang berhasil, setelah tanda tiga bulan, penting untuk terus membangun kepercayaan dan menunjukkan minat dan antusiasme. Bank perlu melanjutkan menelepon atau menghubungi nasabah empat sampai enam kali setahun dan menjadi sumber daya berharga dengan membawa ide-ide, wawasan, dan informasi tentang bagaimana pelaku bisnis kecil dapat menjalankan bisnis

mereka lebih baik. Bank perlu melihat di luar hanya bisnis mereka dan memperluas komunikasi untuk menyertakan pemilik, keluarga mereka, dan karyawan mereka sebagai bagian dari Strategi Pemasaran Bank BNI yang sukses.

5. Memberikan alasan kepada nasabah yang terdiri dari pemilik bisnis kecil untuk tetap menggunakan jasa bank BNI. Pelanggan bisnis kecil akan tetap menggunakan layanan bank BNI ketika mereka senang, melihat mereka mendapatkan nilai, merasa terikat dan terlibat. Bank BNI perlu memanjakan nasabah dengan mengetahui apa yang mereka harapkan dari hubungan perbankan mereka dan melampaui harapan. Mengembangkan strategi untuk ini dan melaksanakannya secara konsisten. Menambah nilai hubungan dengan melibatkan mereka dalam dialog strategis dan membantu mereka membangun bisnis mereka secara proaktif.

**Nama** : **Kelompok 4**  
**Anggota** : **Ahmad Mardhotilah**  
              **Fadilah**  
              **Sintia Lorenza**  
**Matkul** : **Manajemen Strategi**

### **FORMULASI STRATEGI** **(Penentuan Strategi)**

Dengan adanya manajemen strategi diharapkan strategi benar-benar dapat dikelola sehingga strategi dapat diimplementasikan untuk mewarnai dan mengintegrasikan semua keputusan dan tindakan dalam organisasi rincian. Sebelum mengimplementasikan strategi, hendaknya ditentukan terlebih dahulu strategi-strategi yang akan digunakan.

Penentuan strategi adalah proses memilih tindakan utama (strategi) untuk mewujudkan misi organisasi. Proses mengambil keputusan untuk menetapkan strategi seolah-olah merupakan konsekuensi mulai dari penetapan visi-misi sampai terealisasinya program.

Pentingnya dilakukan penentuan strategi agar nantinya tidak bingung akan menggunakan strategi yang mana, sehingga akan lebih terfokus pada strategi yang dipilih untuk mencapai tujuan dan mewujudkan misi organisasi. Setelah diterapkan akan terlihat apakah strategi tersebut sudah tepat digunakan atau harus dilakukan evaluasi.

**TUGAS KELOMPOK 1**  
**MANAJEMEN STRATEGIK**



**Oleh:**

1. Elly Faridah 202510001
2. Siti Zahara 202510002
3. Yurniati 202510013
4. Apriansyah 202510003
5. Muhammad Taufan Dwi Putra 202510018
6. Efran Martahan 202510020

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**UNIVERSITAS BINADARMA**  
**2021**

## **PENYUSUNAN BAB FORMULASI STRATEGI VISI DAN MISI**

Formulasi strategi adalah tahapan pertama dalam proses manajemen strategis yang mencakup pengembangan visi dan misi, mengidentifikasi kesempatan dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menciptakan tujuan jangka panjang, memulai strategi alternative, dan memilih strategi untuk dicapai.

Adapun hal yang patut dipertimbangkan dalam formulasi strategi yaitu :

- a. Harus dipahami benar visi, dan misi dan objektif perusahaan sehingga dapat mengetahui arah mana perusahaan/organisasi akan dibawa serta bagaimana caranya untuk menuju ke arah tersebut.
- b. Harus memahami tentang posisi perusahaan/organisasi pada saat ini.
- c. Kemampuan untuk mengidentifikasi factor factor lingkungan baik eksternal maupun internal.
- d. Mencari alternative solusi yang bisa dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi secara lebih efektif dan efisien di masa yang akan datang.

Menurut Rothwell adapun langkah langkah perumusan strategi yaitu :

- a. Establishment of Vision, and Goals  
Mencakup pernyataan umum yang berkaitan misi, maksud dan tujuan organisasi.
- b. Identifying Past and Present Strategies  
Pemimpin harus dapat melihat dan mengidentifikasi apakah strategi yang sebelumnya masih bisa diterapkan atau perlu diperbaiki.
- c. Diagnosing Past and Present Performance  
Mengevaluasi bagaimana strategi terdahulu bekerja dan menentukan perubahan apa yang diperlukan sehingga laporan sebuah organisasi perlu dikaji lebih dalam dengan melihat beberapa faktor yaitu efektivitas organisasi, proses organisasi, kinerja organisasi.
- d. Setting Objectives  
Sasaran adalah pernyataan tentang apa yang dituju organisasi. Baik sasaran jangka panjang dan jangka pendek.
- e. Analisis SWOT dan Perumusan Strategi  
Pendekatan ini mencoba menyeimbangkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal organisasi.
- f. Develop and Evaluate Alternative Strategies and Select Strategy  
Membuat keputusan strategis adalah elemen kunci pengambilan keputusan pada pembuatan strategi. Berdasarkan analisis ini, keinginan manajemen untuk menemukan strategi akan memberikan organisasi keuntungan kompetitif. Ada tiga cara penting manajemen dalam memperoleh keuntungan yang kompetitif yaitu :
  - Biaya kepemimpinan
  - Diferensiasi
  - Fokus pada segmen pasar yang sempit.

## Tugas 1 Kelompok 2

Anggota:

1. Arief Widodo (NIM. 202510004)
2. Rezki Ardiansyah (NIM. 202510010)
3. Ahmad Fauzi (NIM. 202510015)
4. Yossi Adriati (NIM. 202510012)
5. Reka Tia Susanti (NIM. 202510008)
6. Agung Sadidi (NIM. 202510021)
7. Jauhar Fahri (NIM. 202510023)

## Formulasi Strategi Visi dan Misi

Hasil Diskusi:

Visi dan Misi dalam formulasi strategi merupakan elemen penting dalam manajemen strategik. Proses formulasi strategi diawali dengan pertimbangan terhadap kemampuan organisasi, sumber daya manusia, konsumen internal, dan konsumen eksternal. Penyusunan strategi didahului dengan penentuan visi dan misi perusahaan. Perumusannya harus jelas, realistis, dan sesuai dengan nilai perusahaan. Perwujudan dari visi dan misi perusahaan ada dalam bentuk tindakan strategis untuk mencapai tujuan perusahaan di masa depan.

Karakteristik dari visi yang efektif diantaranya:

- Singkat
- Konsisten dengan nilai perusahaan
- Dapat dibuktikan
- Inspirasional.

Karakteristik dari misi yang efektif diantaranya:

- Menginspirasi perubahan
- Bersifat jangka panjang
- Mudah dipahami dan dikomunikasikan

Tujuan dari misi:

- Memastikan adanya kesamaan tujuan dalam organisasi
- Dasar untuk motivasi
- Dasar pengalokasian SDM
- Membangun iklim dalam organisasi

Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan dengan melibatkan semua faktor andalan dalam organisasi secara strategik. Sedangkan formulasi adalah bentuk penyederhanaan situasi nyata menjadi bentuk matematis.

Perumusan strategi atau formulasi strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik.

Formulasi strategi adalah tahapan pertama dari proses manajemen strategis. Formulasi strategi mencakup pengembangan visi dan misi, mengidentifikasi kesempatan dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menciptakan tujuan jangka panjang, memulai strategi alternatif, dan memilih strategi khusus untuk dicapai. Isu-isu formulasi strategi mencakup penentuan bisnis baru yang akan dimasuki dan bisnis baru yang akan dihindari, apakah akan memperluas operasi atau mendiversifikasi, apakah akan memasuki pasar internasional, apakah akan menggabungkan usaha atau membentuk *joint venture*, dan cara menghindari pengambilalihan paksa.

Formulasi strategi adalah menentukan aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan pencapaian tujuan. Aktivitas-aktivitas tersebut bisa dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, yaitu analisis strategi, perencanaan strategi, dan pemilihan strategi. Untuk dapat melakukan formulasi strategi dengan baik, maka ada ketergantungan yang erat dengan analisis lingkungan di mana formulasi strategi membutuhkan data atau informasi dari analisis lingkungan

**TUGAS KELOMPOK 1**  
**MANAJEMEN STRATEGIK**



**Oleh:**

1. Elly Faridah 202510001
2. Siti Zahara 202510002
3. Yurniati 202510013
4. Apriansyah 202510003
5. Muhammad Taufan Dwi Putra 202510018
6. Efran Martahan 202510020

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**UNIVERSITAS BINADARMA**  
**2021**

## **PENYUSUNAN BAB FORMULASI STRATEGI VISI DAN MISI**

Formulasi strategi adalah tahapan pertama dalam proses manajemen strategis yang mencakup pengembangan visi dan misi, mengidentifikasi kesempatan dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menciptakan tujuan jangka panjang, memulai strategi alternative, dan memilih strategi untuk dicapai.

Adapun hal yang patut dipertimbangkan dalam formulasi strategi yaitu :

- a. Harus dipahami benar visi, dan misi dan objektif perusahaan sehingga dapat mengetahui arah mana perusahaan/organisasi akan dibawa serta bagaimana caranya untuk menuju ke arah tersebut.
- b. Harus memahami tentang posisi perusahaan/organisasi pada saat ini.
- c. Kemampuan untuk mengidentifikasi factor factor lingkungan baik eksternal maupun internal.
- d. Mencari alternative solusi yang bisa dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi secara lebih efektif dan efisien di masa yang akan datang.

Menurut Rothwell adapun langkah langkah perumusan strategi yaitu :

- a. Establishment of Vision, and Goals  
Mencakup pernyataan umum yang berkaitan misi, maksud dan tujuan organisasi.
- b. Identifying Past and Present Strategies  
Pemimpin harus dapat melihat dan mengidentifikasi apakah strategi yang sebelumnya masih bisa diterapkan atau perlu diperbaiki.
- c. Diagnosing Past and Present Performance  
Mengevaluasi bagaimana strategi terdahulu bekerja dan menentukan perubahan apa yang diperlukan sehingga laporan sebuah organisasi perlu dikaji lebih dalam dengan melihat beberapa faktor yaitu efektivitas organisasi, proses organisasi, kinerja organisasi.
- d. Setting Objectives  
Sasaran adalah pernyataan tentang apa yang dituju organisasi. Baik sasaran jangka panjang dan jangka pendek.
- e. Analisis SWOT dan Perumusan Strategi  
Pendekatan ini mencoba menyeimbangkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal organisasi.
- f. Develop and Evaluate Alternative Strategies and Select Strategy  
Membuat keputusan strategis adalah elemen kunci pengambilan keputusan pada pembuatan strategi. Berdasarkan analisis ini, keinginan manajemen untuk menemukan strategi akan memberikan organisasi keuntungan kompetitif. Ada tiga cara penting manajemen dalam memperoleh keuntungan yang kompetitif yaitu :
  - Biaya kepemimpinan
  - Diferensiasi
  - Fokus pada segmen pasar yang sempit.