

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

PROSES 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**

Proses Manajemen Strategi

Proses manajemen strategis adalah seperangkat lengkap komitmen, keputusan, dan tindakan yang diperlukan bagi perusahaan untuk mencapai daya saing strategis dan mendapatkan pengembalian di atas rata-rata. Tahapannya biasanya terdiri dari penetapan arah dan misi organisasi, analisis situasi lingkungan internal dan eksternal, perumusan strategi terkait analisa SWOT, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Proses manajemen strategis melibatkan analisis, strategi, dan kinerja.

Langkah pertama perusahaan dalam proses ini adalah menganalisis lingkungan eksternal dan organisasi internalnya untuk menentukan sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi utamanya. Analisis ini menjadi landasan strategi.

Proses penyusunan manajemen strategi dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Memfokuskan pada langkah yang bersifat makro strategis, yaitu yaitu kepada tujuan organisasi secara keseluruhan;
2. Menetapkan *milestone* dalam jangka pendek, menengah, dan Panjang;
3. Menyusun *strategy map* untuk memastikan adanya pedoman strategis untuk mengelola sumber daya;
4. Quick Win menuju visi yang diharapkan untuk dapat terwujud.
5. Menetapkan Visi organisasi dan Misi yang akan dilaksanakan;
6. Menetapkan tujuan yang dicapai dalam misi yang sudah ditetapkan;
7. Menetapkan sasaran-sasaran strategis;
8. Menetapkan kegiatan dalam rangka mengimplementasikan sasaran strategis.

Secara garis besar, proses tersebut menggabungkan unsur-unsur berikut:

- Memfokuskan proses perencanaan pada pencarian keunggulan kompetitif;
- Integrasi perencanaan strategis dengan tingkat operasional dan fungsional;
- Orientasi terhadap pendanaan dan implementasi strategi daripada proyek terpisah;
- Penekanan yang lebih besar dan fokus lanjutan pada isu-isu strategis.

Tingkatan Strategi

1. Strategi Level Eksekutif; yaitu strategi yang ditetapkan dan diputuskan oleh level tertinggi organisasi;
2. Strategi Level Menengah; yaitu penguraian dan penjabaran strategi yang sudah digariskan oleh level tinggi organisasi;
3. Strategi Level Operasional; yaitu melaksanakan strategi yang sudah digariskan oleh level eksekutif yang telah dijabarkan oleh level menengah.

PROSES 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**

Proses Manajemen Strategi dan Tingkatan Strategi

Proses Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah proses untuk membantu organisasi dalam mengidentifikasi apa yang ingin dicapai, dan bagaimana seharusnya mencapai hasil yang bernilai. Peranan manajemen strategi sangat diperlukan dalam menggapai masa depan instansi atau organisasi.

Proses Manajemen Strategi adalah:

1. Menetapkan Arah dan Misi Organisasi;
2. Memahami Lingkungan Internal dan Eksternal;
3. Perumusan Strategi "Strategy Formulation", yaitu terkait Analisa "SWOT".

Tingkatan Strategi

1. Strategi Level Eksekutif; yaitu strategi yang di tetapkan dan diputuskan oleh level tertinggi organisasi;
2. Strategi Level Menengah; yaitu penguraian dan penjabaran strategi yang sudah digariskan oleh level tinggi organisasi;
3. Strategi Level Operasional; yaitu melaksanakan strategi yang sudah digariskan oleh level eksekutif yang telah dijabarkan oleh level menengah.

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

Proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap. Tahap-tahapnya sebagai berikut :

- 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.

3 Tingkatan Strategi Bisnis (3 Level of Business Strategy)

Pada umumnya, strategi bisnis pada sebuah perusahaan bisnis dapat terbagi atas 3 Tingkatan utama yaitu Strategi di Tingkat Korporasi (Corporate Level Strategy), Strategi di Tingkat Unit Bisnis (Business Unit Level Strategy) dan Strategi di Tingkat Fungsional (Functional Level Strategy). Strategi Korporasi berfokus pada menentukan bisnis mana yang harus dijalankan oleh perusahaan. Strategi Bisnis mengembangkan keunggulan kompetitif dalam segmen bisnis sedangkan Strategi Fungsional beroperasi pada tingkat pemasaran, produksi dan keuangan untuk memastikan bahwa memastikan bahwa setiap unit kerja memiliki strategi untuk mendukung bisnis perusahaannya.

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

MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINADARMA
2021

Proses Manajemen Strategi dan Tingkatan Strategi

Proses Manajemen Strategi

1. Tahap Formulasi

Membuat misi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, mengidentifikasi peluang dan tantangan eksternal, serta mengambil keputusan strategis pilihan termasuk kegiatan yang dilakukan pada tahap formulasi.

2. Tahap Implementasi

Pada tahap ini Anda harus menentukan sasaran tujuan, mengelola kebijakan dan semua sumber daya, serta memotivasi pegawai. Membangun kultur yang mendukung strategi dan menciptakan struktur organisasi yang efektif pun termasuk ke dalam tahap implementasi.

3. Tahap Evaluasi

Ada tiga kegiatan utama pada tahap evaluasi yaitu menganalisis semua faktor internal dan eksternal, mengukur kinerja, serta menentukan tindakan perbaikan.

Tahap evaluasi diperlukan untuk mencermati sukses tidaknya strategi yang diterapkan. Evaluasi sangat diperlukan agar strategi perusahaan Anda bisa beradaptasi dengan baik pada setiap perubahan internal dan eksternal.

Tingkatan Strategi

1. Strategi Korporasi (Corporate Strategy)

Strategi korporasi merupakan salah satu strategi yang mencerminkan seluruh arah perusahaan, dengan tujuan menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan secara keseluruhan dan manajemen berbagai macam bisnis lini produk.

2. Strategi Bisnis (Business Strategy)

Strategi bisnis yaitu sebuah strategi yang terjadi pada tingkat produk atau unit bisnis dan merupakan strategi yang menekankan pada perbankkan posisi bersaing produk atau jasa pada spesifik industri atau segmen pasar tertentu.

3. Strategi Fungsional (Functional Strategy)

Strategi fungsional yakni berbagai suatu strategi yang terjadi di level fungsional seperti, operasional, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia.

Riset dan pengembangan dimana strategi ini akan meningkatkan area fungsional perusahaan sehingga mendapat keunggulan bersaing.

PROSES 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., S.T.,M.M



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

Proses Manajemen Strategi dan Tingkatan Strategi

Proses Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah proses untuk membantu organisasi dalam mengidentifikasi siapa yang ingin dicapai, dan bagaimana seharusnya mencapai hasil yang bernilai. Peranan manajemen strategis sangat diperlukan dalam menggapai masa depan instansi atau organisasi.

Proses Manajemen Strategi adalah:

1. Menetapkan Arah dan Misi Organisasi;
2. Memahami Lingkungan Internal dan Eksternal;
3. Perumusan Strategi "Strategy Formulation", yaitu terkait Analisa "SWOT".

Proses penyusunan manajemen strategi dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Memfokuskan pada langkah yang bersifat makro strategis, yaitu kepada tujuan organisasi secara keseluruhan;
2. Menetapkan *milestone* dalam jangka pendek, menengah, dan Panjang;
3. Menyusun *strategy map* untuk memastikan adanya pedoman strategis untuk mengelola sumber daya;
4. Quick Win menuju visi yang diharapkan untuk dapat terwujud.
5. Menetapkan Visi organisasi dan Misi yang akan dilaksanakan;
6. Menetapkan tujuan yang dicapai dalam misi yang sudah ditetapkan;
7. Menetapkan sasaran-sasaran strategis;
8. Menetapkan kegiatan dalam rangka mengimplementasikan sasaran strategis.

Tingkatan Strategi

1. Strategi Level Eksekutif; yaitu strategi yang ditetapkan dan diputuskan oleh level tertinggi organisasi;
2. Strategi Level Menengah; yaitu penguraian dan penjabaran strategi yang sudah digariskan oleh level tinggi organisasi;
3. Strategi Level Operasional; yaitu melaksanakan strategi yang sudah digariskan oleh level eksekutif yang telah dijabarkan oleh level menengah.

Nama : Desti Oktiani
NIM : 202510005
Mata kuliah : Manajemen strategi
Tugas : 2

Proses manajemen strategi dan tingkatan strategi

Manajemen strategi merupakan sebuah proses yang terdiri dari tiga kegiatan yaitu perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi.

- Proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahap yaitu perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi misi organisasi serta mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan.
- Pelaksanaan strategi pada tahap ini mengharuskan perusahaan untuk menetapkan sasaran tahunan membuat kebijakan, motivasi karyawan, dan alokasi SDA sehingga perumusan strategi dapat terlaksana.
- Evaluasi strategi merupakan tahap akhir dari manajemen strategi adapun 3 kegiatan pokok dalam evaluasi strategi seperti mengkaji ulang faktor-faktor yang menjadi landasan perumusan strategi, mengukur kinerja dan melakukan tindakan-tindakan koorektif.

Lima tahapan dalam menyusun strategi bisnis yang baik diantaranya membentuk visi strategis, menetapkan tujuan, merumuskan pilihan strategi, mengeksekusi strategi yang dipilih secara efektif dan efisien dan 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

MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINADARMA
2021

Proses Manajemen Strategi dan Tingkatan Strategi

Proses Manajemen Strategi

1. Tahap Formulasi

Membuat misi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, mengidentifikasi peluang dan tantangan eksternal, serta mengambil keputusan strategis pilihan termasuk kegiatan yang dilakukan pada tahap formulasi.

2. Tahap Implementasi

Pada tahap ini Anda harus menentukan sasaran tujuan, mengelola kebijakan dan semua sumber daya, serta memotivasi pegawai. Membangun kultur yang mendukung strategi dan menciptakan struktur organisasi yang efektif pun termasuk ke dalam tahap implementasi.

3. Tahap Evaluasi

Ada tiga kegiatan utama pada tahap evaluasi yaitu menganalisis semua faktor internal dan eksternal, mengukur kinerja, serta menentukan tindakan perbaikan.

Tahap evaluasi diperlukan untuk mencermati sukses tidaknya strategi yang diterapkan. Evaluasi sangat diperlukan agar strategi perusahaan Anda bisa beradaptasi dengan baik pada setiap perubahan internal dan eksternal.

Tingkatan Strategi

1. Strategi Korporasi (Corporate Strategy)

Strategi korporasi merupakan salah satu strategi yang mencerminkan seluruh arah perusahaan, dengan tujuan menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan secara keseluruhan dan manajemen berbagai macam bisnis lini produk.

2. Strategi Bisnis (Business Strategy)

Strategi bisnis yaitu sebuah strategi yang terjadi pada tingkat produk atau unit bisnis dan merupakan strategi yang menekankan pada perbankkan posisi bersaing produk atau jasa pada spesifik industri atau segmen pasar tertentu.

3. Strategi Fungsional (Functional Strategy)

Strategi fungsional yakni berbagai suatu strategi yang terjadi di level fungsional seperti, operasional, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia.

Riset dan pengembangan dimana strategi ini akan meningkatkan area fungsional perusahaan sehingga mendapat keunggulan bersaing.

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

MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINADARMA
2021

Proses Manajemen Strategi dan Tingkatan Strategi

Proses Manajemen Strategi

1. Tahap Formulasi

Membuat misi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, mengidentifikasi peluang dan tantangan eksternal, serta mengambil keputusan strategis pilihan termasuk kegiatan yang dilakukan pada tahap formulasi.

2. Tahap Implementasi

Pada tahap ini Anda harus menentukan sasaran tujuan, mengelola kebijakan dan semua sumber daya, serta memotivasi pegawai. Membangun kultur yang mendukung strategi dan menciptakan struktur organisasi yang efektif pun termasuk ke dalam tahap implementasi.

3. Tahap Evaluasi

Ada tiga kegiatan utama pada tahap evaluasi yaitu menganalisis semua faktor internal dan eksternal, mengukur kinerja, serta menentukan tindakan perbaikan.

Tahap evaluasi diperlukan untuk mencermati sukses tidaknya strategi yang diterapkan. Evaluasi sangat diperlukan agar strategi perusahaan Anda bisa beradaptasi dengan baik pada setiap perubahan internal dan eksternal.

Tingkatan Strategi

1. Strategi Korporasi (Corporate Strategy)

Strategi korporasi merupakan salah satu strategi yang mencerminkan seluruh arah perusahaan, dengan tujuan menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan secara keseluruhan dan manajemen berbagai macam bisnis lini produk.

2. Strategi Bisnis (Business Strategy)

Strategi bisnis yaitu sebuah strategi yang terjadi pada tingkat produk atau unit bisnis dan merupakan strategi yang menekankan pada perbankkan posisi bersaing produk atau jasa pada spesifik industri atau segmen pasar tertentu.

3. Strategi Fungsional (Functional Strategy)

Strategi fungsional yakni berbagai suatu strategi yang terjadi di level fungsional seperti, operasional, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia.

Riset dan pengembangan dimana strategi ini akan meningkatkan area fungsional perusahaan sehingga mendapat keunggulan bersaing.

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

Proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap. Tahap-tahapnya sebagai berikut :

- 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.

3 Tingkatan Strategi Bisnis (3 Level of Business Strategy)

Pada umumnya, strategi bisnis pada sebuah perusahaan bisnis dapat terbagi atas 3 Tingkatan utama yaitu Strategi di Tingkat Korporasi (Corporate Level Strategy), Strategi di Tingkat Unit Bisnis (Business Unit Level Strategy) dan Strategi di Tingkat Fungsional (Functional Level Strategy). Strategi Korporasi berfokus pada menentukan bisnis mana yang harus dijalankan oleh perusahaan. Strategi Bisnis mengembangkan keunggulan kompetitif dalam segmen bisnis sedangkan Strategi Fungsional beroperasi pada tingkat pemasaran, produksi dan keuangan untuk memastikan bahwa memastikan bahwa setiap unit kerja memiliki strategi untuk mendukung bisnis perusahaannya.

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

MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINADARMA
2021

Proses Manajemen Strategi dan Tingkatan Strategi

Proses Manajemen Strategi

1. Tahap Formulasi

Membuat misi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, mengidentifikasi peluang dan tantangan eksternal, serta mengambil keputusan strategis pilihan termasuk kegiatan yang dilakukan pada tahap formulasi.

2. Tahap Implementasi

Pada tahap ini Anda harus menentukan sasaran tujuan, mengelola kebijakan dan semua sumber daya, serta memotivasi pegawai. Membangun kultur yang mendukung strategi dan menciptakan struktur organisasi yang efektif pun termasuk ke dalam tahap implementasi.

3. Tahap Evaluasi

Ada tiga kegiatan utama pada tahap evaluasi yaitu menganalisis semua faktor internal dan eksternal, mengukur kinerja, serta menentukan tindakan perbaikan.

Tahap evaluasi diperlukan untuk mencermati sukses tidaknya strategi yang diterapkan. Evaluasi sangat diperlukan agar strategi perusahaan Anda bisa beradaptasi dengan baik pada setiap perubahan internal dan eksternal.

Tingkatan Strategi

1. Strategi Korporasi (Corporate Strategy)

Strategi korporasi merupakan salah satu strategi yang mencerminkan seluruh arah perusahaan, dengan tujuan menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan secara keseluruhan dan manajemen berbagai macam bisnis lini produk.

2. Strategi Bisnis (Business Strategy)

Strategi bisnis yaitu sebuah strategi yang terjadi pada tingkat produk atau unit bisnis dan merupakan strategi yang menekankan pada perbankkan posisi bersaing produk atau jasa pada spesifik industri atau segmen pasar tertentu.

3. Strategi Fungsional (Functional Strategy)

Strategi fungsional yakni berbagai suatu strategi yang terjadi di level fungsional seperti, operasional, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia.

Riset dan pengembangan dimana strategi ini akan meningkatkan area fungsional perusahaan sehingga mendapat keunggulan bersaing.

PROSES MANAJEMEN STRATEGI DAN TINGKAT STRATEGI



Oleh:

Kelompok 3

Desti Oktiani (202510005)

Pitri Yanti (202510007)

Rendy Prayitno (202510009)

Setiawan Dwi Putra (202510014)

Vinu Krishnan (192510070)

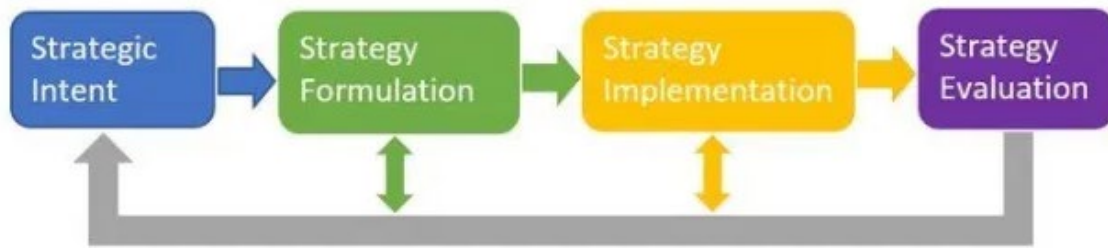
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS BINA DARMA

2021

A. Proses Manajemen Strategi



1. *Strategic Intent* (Tujuan Strategis)

Langkah awal dalam proses manajemen dimana dalam langkah ini perusahaan harus menentukan visi, misi, mendefinisikan bisnis, model bisnis dan sasaran yang ingin dicapai

2. *Strategy formulation* (merumuskan strategi)

Pada tahap ini, perusahaan atau organisasi akan melakukan pengembangan visi dan misi, melakukan analisa SWOT, menentukan dan menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, serta membuat beberapa strategi alternatif yang sesuai untuk diterapkan.

3. *Strategy implementation* (menerapkan strategi)

Pada tahap ini, perusahaan menerapkan strategi yang telah ditetapkan seperti: membuat kebijakan, pengolahan SDM, pemasaran, dll.

4. *Strategy Evaluation* (mengevaluasi strategi)

Lingkungan dan teknologi terus berubah seiring berjalannya waktu sehingga suatu perusahaan perlu melakukan evaluasi secara berkala. Tujuannya untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan baik secara internal maupun eksternal.

B. Tingkatan Strategi

Menurut M. Ali Iqbal (2020) menyebutkan bahwa ada 3 tingkatan manajemen strategi:

1. Strategi Tingkat Korporat

- a) Strategi yang dibuat pada level korporat,
- b) strateg yang dirumuskan adalah bisnis apa yang akan dilakukan
- c) strategi korporasi melibatkan tujuan jangka panjang yang berhubungan dengan organisasi secara keseluruhan dan investasi keuangan secara langsung.

2. Strategi Tingkat Bisnis

- a) Ditetapkan oleh masing-masing unit bisnis strategi.

- b) Strategi bisnis diformulasikan oleh manajer tingkat bisnis melalui negosiasi dengan manajer korporasi.
- c) Strategi bisnis harus didukung oleh strategi korporasi.

3. Strategi Tingkat Fungsional

- a) Mempunyai lingkup yang lebih sempit dari strategi korporasi dan bisnis.
- b) Berhubungan dengan fungsi bisnis seperti fungsi produksi, pemasaran, SDM, keuangan, riset dan pengembangan (R&D).
- c) Masing-masing fungsi dibuat sebagai pendukung dan pengawas jalannya implementasi rencana strategik.

PROSES 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**

Proses Manajemen Strategi

Proses manajemen strategis adalah seperangkat lengkap komitmen, keputusan, dan tindakan yang diperlukan bagi perusahaan untuk mencapai daya saing strategis dan mendapatkan pengembalian di atas rata-rata. Tahapannya biasanya terdiri dari penetapan arah dan misi organisasi, analisis situasi lingkungan internal dan eksternal, perumusan strategi terkait analisa SWOT, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Proses manajemen strategis melibatkan analisis, strategi, dan kinerja.

Langkah pertama perusahaan dalam proses ini adalah menganalisis lingkungan eksternal dan organisasi internalnya untuk menentukan sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi utamanya. Analisis ini menjadi landasan strategi.

Proses penyusunan manajemen strategi dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Memfokuskan pada langkah yang bersifat makro strategis, yaitu yaitu kepada tujuan organisasi secara keseluruhan;
2. Menetapkan *milestone* dalam jangka pendek, menengah, dan Panjang;
3. Menyusun *strategy map* untuk memastikan adanya pedoman strategis untuk mengelola sumber daya;
4. Quick Win menuju visi yang diharapkan untuk dapat terwujud.
5. Menetapkan Visi organisasi dan Misi yang akan dilaksanakan;
6. Menetapkan tujuan yang dicapai dalam misi yang sudah ditetapkan;
7. Menetapkan sasaran-sasaran strategis;
8. Menetapkan kegiatan dalam rangka mengimplementasikan sasaran strategis.

Secara garis besar, proses tersebut menggabungkan unsur-unsur berikut:

- Memfokuskan proses perencanaan pada pencarian keunggulan kompetitif;
- Integrasi perencanaan strategis dengan tingkat operasional dan fungsional;
- Orientasi terhadap pendanaan dan implementasi strategi daripada proyek terpisah;
- Penekanan yang lebih besar dan fokus lanjutan pada isu-isu strategis.

Tingkatan Strategi

1. Strategi Level Eksekutif; yaitu strategi yang di tetapkan dan diputuskan oleh level tertinggi organisasi;
2. Strategi Level Menengah; yaitu penguraian dan penjabaran strategi yang sudah digariskan oleh level tinggi organisasi;
3. Strategi Level Operasional; yaitu melaksanakan strategi yang sudah digariskan oleh level eksekutif yang telah dijabarkan oleh level menengah.

Kelompok Tiga :

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

Proses manajemen strategis adalah seperangkat lengkap komitmen, keputusan, dan tindakan yang diperlukan bagi perusahaan untuk mencapai daya saing strategis dan mendapatkan pengembalian di atas rata-rata. Tahapannya biasanya terdiri dari analisis situasi, perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Secara garis besar, proses tersebut menggabungkan unsur-unsur berikut:

- memfokuskan proses perencanaan pada pencarian keunggulan kompetitif;
- integrasi perencanaan strategis dengan tingkat operasional dan fungsional;
- orientasi terhadap pendanaan dan implementasi strategi daripada proyek terpisah; dan
- penekanan yang lebih besar dan fokus lanjutan pada isu-isu strategis.

Proses manajemen strategis melibatkan analisis, strategi, dan kinerja. Langkah pertama perusahaan dalam proses ini adalah menganalisis lingkungan eksternal dan organisasi internalnya untuk menentukan sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi utamanya. Analisis ini menjadi landasan strategi. Bagian strategi model memerlukan perumusan strategi dan implementasi strategi. Dengan informasi yang diperoleh dari analisis eksternal dan internal, perusahaan mengembangkan visi dan misinya dan merumuskan satu atau lebih strategi. Untuk menerapkan strateginya, perusahaan mengambil tindakan untuk memberlakukan setiap strategi dengan maksud mencapai daya saing strategis dan pengembalian di atas rata-rata (kinerja).

Proses manajemen strategis bersifat dinamis mempertimbangkan pasar yang terus berubah dan struktur kompetitif dikoordinasikan dengan input strategis perusahaan yang terus berkembang. Oleh karena itu, perlu evaluasi terhadap berbagai strategi yang dipilih, apakah telah sesuai dengan kondisi terkini ataukah tidak.

PROSES 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**

Proses Manajemen Strategi dan Tingkatan Strategi

Proses Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah proses untuk membantu organisasi dalam mengidentifikasi apa yang ingin dicapai, dan bagaimana seharusnya mencapai hasil yang bernilai. Peranan manajemen strategi sangat diperlukan dalam menggapai masa depan instansi atau organisasi.

Proses Manajemen Strategi adalah:

1. Menetapkan Arah dan Misi Organisasi;
2. Memahami Lingkungan Internal dan Eksternal;
3. Perumusan Strategi "Strategy Formulation", yaitu terkait Analisa "SWOT".

Tingkatan Strategi

1. Strategi Level Eksekutif; yaitu strategi yang di tetapkan dan diputuskan oleh level tertinggi organisasi;
2. Strategi Level Menengah; yaitu penguraian dan penjabaran strategi yang sudah digariskan oleh level tinggi organisasi;
3. Strategi Level Operasional; yaitu melaksanakan strategi yang sudah digariskan oleh level eksekutif yang telah dijabarkan oleh level menengah.

Nama : Setiawan Dwi Putra

NIM : 202510014

Proses manajemen strategi dan tingkatan strategi

- Pertama adalah memperkuat porsi bisnis banking, ritel dan konsumen melalui sinergi dengan anak-anak perusahaan.
- Kedua, menjaga pertumbuhan aset dan memperkuat struktur dana murah yakni tabungan & giro.
- ketiga adalah meningkatkan volume transaksi banking melalui jaringan yang ada, agar ada kenaikan pendapatan komisi atau fee based income.
- Keempat, melakukan efisiensi agar biaya operasional dan pendapatan operasional (BOPO) turun.
- Kelima memperbaiki digital banking untuk layanan nasabah.

Tingkatan Strategi.

BEKERJA MEMBANGUN BANGSA

Bangsa Indonesia memiliki cita-cita luhur untuk menjadi bangsa yang mandiri dan unggul dalam persaingan global. Untuk mendukung tercapainya cita-cita tersebut, BNI aktif berperan sebagai Agent of Development dengan melaksanakan fungsi intermediasi dalam menunjang kebutuhan perbankan nasional, dan terus menunjukkan semangat berprestasi membangun bangsa dengan penuh rasa tanggung jawab

ADVANCING ON THE RIGHT TRACK

BNI telah mencapai banyak kemajuan maupun prestasi penting di berbagai bidang. Banyak dari pencapaian dan kemajuan tersebut dapat langsung diukur, disajikan dalam grafik, ataupun dilaporkan dalam laporan keuangan BNI, seperti pertumbuhan jumlah kantor cabang dan ATM, tingkat Rasio Kecukupan Modal yang tinggi, serta perolehan Laba Bersih sebesar Rp10,8 triliun pada tahun 2014. Banyak juga pencapaian dan kemajuan lain yang meskipun sama pentingnya namun lebih sulit dinyatakan secara kuantitatif, misalnya kemajuan pada kapabilitas Teknologi Informasi, ragam jumlah dan jenis produk ataupun sumber daya yang telah diinvestasikan dalam pengembangan budaya kerja dan kompetensi karyawan BNI.

BIGGER, BETTER, TOGETHER

Dengan fokus pada pertumbuhan kualitas, BNI dengan basis nasabah yang luas terus mempertahankan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Pada segmen Perbankan Bisnis, BNI mendukung nasabah segmen bisnis di 8 sektor Industri terdepan, termasuk para pengusaha di sektor Usaha Unit Kecil Menengah. Pada sektor Konsumer dan Ritel, BNI berupaya untuk menjadi mitra yang setia dan terpercaya bagi seluruh nasabah melalui produk, layanan, service coverage serta. Dengan menjadi lebih besar dan lebih baik, BNI tumbuh beriringan dengan perbaikan serta peningkatan kesejahteraan nasabah dan seluruh pemangku kepentingan.

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

Proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap. Tahap-tahapnya sebagai berikut :

- 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.

3 Tingkatan Strategi Bisnis (3 Level of Business Strategy)

Pada umumnya, strategi bisnis pada sebuah perusahaan bisnis dapat terbagi atas 3 Tingkatan utama yaitu Strategi di Tingkat Korporasi (Corporate Level Strategy), Strategi di Tingkat Unit Bisnis (Business Unit Level Strategy) dan Strategi di Tingkat Fungsional (Functional Level Strategy). Strategi Korporasi berfokus pada menentukan bisnis mana yang harus dijalankan oleh perusahaan. Strategi Bisnis mengembangkan keunggulan kompetitif dalam segmen bisnis sedangkan Strategi Fungsional beroperasi pada tingkat pemasaran, produksi dan keuangan untuk memastikan bahwa memastikan bahwa setiap unit kerja memiliki strategi untuk mendukung bisnis perusahaannya.

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

MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINADARMA
2021

Proses Manajemen Strategi dan Tingkatan Strategi

Proses Manajemen Strategi

1. Tahap Formulasi

Membuat misi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, mengidentifikasi peluang dan tantangan eksternal, serta mengambil keputusan strategis pilihan termasuk kegiatan yang dilakukan pada tahap formulasi.

2. Tahap Implementasi

Pada tahap ini Anda harus menentukan sasaran tujuan, mengelola kebijakan dan semua sumber daya, serta memotivasi pegawai. Membangun kultur yang mendukung strategi dan menciptakan struktur organisasi yang efektif pun termasuk ke dalam tahap implementasi.

3. Tahap Evaluasi

Ada tiga kegiatan utama pada tahap evaluasi yaitu menganalisis semua faktor internal dan eksternal, mengukur kinerja, serta menentukan tindakan perbaikan.

Tahap evaluasi diperlukan untuk mencermati sukses tidaknya strategi yang diterapkan. Evaluasi sangat diperlukan agar strategi perusahaan Anda bisa beradaptasi dengan baik pada setiap perubahan internal dan eksternal.

Tingkatan Strategi

1. Strategi Korporasi (Corporate Strategy)

Strategi korporasi merupakan salah satu strategi yang mencerminkan seluruh arah perusahaan, dengan tujuan menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan secara keseluruhan dan manajemen berbagai macam bisnis lini produk.

2. Strategi Bisnis (Business Strategy)

Strategi bisnis yaitu sebuah strategi yang terjadi pada tingkat produk atau unit bisnis dan merupakan strategi yang menekankan pada perbankkan posisi bersaing produk atau jasa pada spesifik industri atau segmen pasar tertentu.

3. Strategi Fungsional (Functional Strategy)

Strategi fungsional yakni berbagai suatu strategi yang terjadi di level fungsional seperti, operasional, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia.

Riset dan pengembangan dimana strategi ini akan meningkatkan area fungsional perusahaan sehingga mendapat keunggulan bersaing.

PROSES 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**

Proses Manajemen Strategi

Proses manajemen strategis adalah seperangkat lengkap komitmen, keputusan, dan tindakan yang diperlukan bagi perusahaan untuk mencapai daya saing strategis dan mendapatkan pengembalian di atas rata-rata. Tahapannya biasanya terdiri dari penetapan arah dan misi organisasi, analisis situasi lingkungan internal dan eksternal, perumusan strategi terkait analisa SWOT, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Proses manajemen strategis melibatkan analisis, strategi, dan kinerja.

Langkah pertama perusahaan dalam proses ini adalah menganalisis lingkungan eksternal dan organisasi internalnya untuk menentukan sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi utamanya. Analisis ini menjadi landasan strategi.

Proses penyusunan manajemen strategi dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Memfokuskan pada langkah yang bersifat makro strategis, yaitu yaitu kepada tujuan organisasi secara keseluruhan;
2. Menetapkan *milestone* dalam jangka pendek, menengah, dan Panjang;
3. Menyusun *strategy map* untuk memastikan adanya pedoman strategis untuk mengelola sumber daya;
4. Quick Win menuju visi yang diharapkan untuk dapat terwujud.
5. Menetapkan Visi organisasi dan Misi yang akan dilaksanakan;
6. Menetapkan tujuan yang dicapai dalam misi yang sudah ditetapkan;
7. Menetapkan sasaran-sasaran strategis;
8. Menetapkan kegiatan dalam rangka mengimplementasikan sasaran strategis.

Secara garis besar, proses tersebut menggabungkan unsur-unsur berikut:

- Memfokuskan proses perencanaan pada pencarian keunggulan kompetitif;
- Integrasi perencanaan strategis dengan tingkat operasional dan fungsional;
- Orientasi terhadap pendanaan dan implementasi strategi daripada proyek terpisah;
- Penekanan yang lebih besar dan fokus lanjutan pada isu-isu strategis.

Tingkatan Strategi

1. Strategi Level Eksekutif; yaitu strategi yang ditetapkan dan diputuskan oleh level tertinggi organisasi;
2. Strategi Level Menengah; yaitu penguraian dan penjabaran strategi yang sudah digariskan oleh level tinggi organisasi;
3. Strategi Level Operasional; yaitu melaksanakan strategi yang sudah digariskan oleh level eksekutif yang telah dijabarkan oleh level menengah.

Manajemen strategi merupakan sebuah proses yang terdiri dari tiga kegiatan antara lain perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Strategi menetapkan keunggulan bersaing jangka panjang. Apapun yang akan terjadi, keputusan strategis mempunyai konsekuensi berbagai fungsi utama dan pengaruh jangka panjang pada suatu organisasi. Implementasi strategi menuntut perusahaan untuk menetapkan obyektif tahunan, memperlengkapi dengan kebijakan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan.

Proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap. Tahap-tahapnya sebagai berikut :

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.

5 Tahapan Dalam Menyusun Strategi Bisnis Yang Baik

1. Membentuk Visi Strategis mengenai kemana organisasi akan bergerak
2. Menetapkan tujuan – mengubah pandangan strategis menjadi hasil kinerja spesifik yang harus dicapai organisasi tersebut
3. Merumuskan pilihan strategi untuk mencapai hasil yang diinginkan
4. Mengeksekusi strategi yang dipilih secara efisien dan efektif
5. Mengevaluasi efektivitas strategi dan dampaknya terhadap kinerja bisnis

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

MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINADARMA
2021

Proses Manajemen Strategi dan Tingkatan Strategi

Proses Manajemen Strategi

1. Tahap Formulasi

Membuat misi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, mengidentifikasi peluang dan tantangan eksternal, serta mengambil keputusan strategis pilihan termasuk kegiatan yang dilakukan pada tahap formulasi.

2. Tahap Implementasi

Pada tahap ini Anda harus menentukan sasaran tujuan, mengelola kebijakan dan semua sumber daya, serta memotivasi pegawai. Membangun kultur yang mendukung strategi dan menciptakan struktur organisasi yang efektif pun termasuk ke dalam tahap implementasi.

3. Tahap Evaluasi

Ada tiga kegiatan utama pada tahap evaluasi yaitu menganalisis semua faktor internal dan eksternal, mengukur kinerja, serta menentukan tindakan perbaikan.

Tahap evaluasi diperlukan untuk mencermati sukses tidaknya strategi yang diterapkan. Evaluasi sangat diperlukan agar strategi perusahaan Anda bisa beradaptasi dengan baik pada setiap perubahan internal dan eksternal.

Tingkatan Strategi

1. Strategi Korporasi (Corporate Strategy)

Strategi korporasi merupakan salah satu strategi yang mencerminkan seluruh arah perusahaan, dengan tujuan menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan secara keseluruhan dan manajemen berbagai macam bisnis lini produk.

2. Strategi Bisnis (Business Strategy)

Strategi bisnis yaitu sebuah strategi yang terjadi pada tingkat produk atau unit bisnis dan merupakan strategi yang menekankan pada perbankkan posisi bersaing produk atau jasa pada spesifik industri atau segmen pasar tertentu.

3. Strategi Fungsional (Functional Strategy)

Strategi fungsional yakni berbagai suatu strategi yang terjadi di level fungsional seperti, operasional, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia.

Riset dan pengembangan dimana strategi ini akan meningkatkan area fungsional perusahaan sehingga mendapat keunggulan bersaing.