



Manajemen Strategi dalam Perspektif Ilmu Manajemen: Analisis Berbasis Literatur

Abdi Akbar¹, Muh. Yushar Mustafa², M. Ikhwan Maulana Haeruddin³, Riad Mustafa⁴,
Zulfikry Sukarno⁵, Widhi N. S. Darmawinata⁶, Charisma Ekawaty⁷

^{2,5}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya, Makassar, Indonesia

^{1,3,6}Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

⁴Universitas Fajar, Makassar, Indonesia

⁷Universitas Andi Djemma, Palopo, Indonesia

Authors' contributions

This work was carried out in collaboration among all authors.

All authors read and approved the final manuscript.

Original Research Article

Published: 19/MAR/2024

ABSTRAK

Pentingnya manajemen strategi terletak pada kemampuannya untuk membantu organisasi menghadapi perubahan lingkungan yang cepat dan kompleks. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah tuntutan dari dinamika dunia usaha yang mendorong organisasi agar dapat menyesuaikan diri, berinovasi, dan juga mengantisipasi perubahan pasar, kebutuhan teknologi, dan kebutuhan pelanggan. Penelitian ini pun kemudian mencoba menggali lebih dalam terkait peranan manajemen strategi dalam perspektif ilmu manajemen dengan pendekatan kualitatif, yaitu studi literatur. Hasil dari studi literatur ini menyimpulkan bahwa manajemen strategi dalam sudut pandang manajemen melibatkan serangkaian aktivitas yang terkait dengan pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi serta pengendalian. Dalam pengamatan lingkungan, manajemen strategi melakukan analisis pasar, analisis pesaing, analisis tren ekonomi, teknologi, sosial, dan politik, serta identifikasi peluang dan ancaman yang ada.

Kata kunci: manajemen strategi; manajemen; kualitatif; studi literatur; teori manajemen strategi

ABSTRACT

The importance of strategic management lies in its ability to help organizations deal with rapid and complex environmental changes. This is due to several factors, one of which is the demands of the dynamics of the business world that encourage organizations to adjust, innovate, and also anticipate market changes, technological needs, and customer needs. This research then tries to explore more deeply the role of strategic management in the perspective of management science with a qualitative approach, namely a literature study. The results of this literature study concluded that strategic management from a management perspective involves a series of activities related to environmental observation, strategy formulation, strategy implementation, and evaluation and control. In environmental observation, strategic management conducts market analysis, competitor analysis, analysis of economic, technological, social, and political trends, and identification of existing opportunities and threats.

Keywords: strategic management; management; qualitative; literature study; strategic management theory

*Corresponding author: Email: myusharm@gmail.com

Jurnal Riset Bisnis, Manajemen, dan Ilmu Ekonomi (JRBME), Vol. 1, No. 1, 2024.

1. PENDAHULUAN

Manajemen strategi adalah proses yang digunakan oleh organisasi untuk perencanaan, pengimplementasian, serta pengelolaan langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk mencapai tujuan jangka panjang (Graebner et al., 2023; Porter, 2021; White, 2017). Manajemen strategi melibatkan analisis situasi internal dan eksternal organisasi, penetapan visi dan misi, pengembangan strategi yang tepat, pemantauan kinerja, dan penyesuaian strategi jika diperlukan (Haeruddin, 2017, 2020; Kotler et al., 2010; Susanto et al., 2023). Tujuan akhir dari manajemen strategi adalah mencapai keunggulan kompetitif dan memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang organisasi (Akbar et al., 2023; Kotler 2010; White, 2017).

Pentingnya manajemen strategi terletak pada kemampuannya untuk membantu organisasi menghadapi perubahan lingkungan yang cepat dan kompleks (Akbar, 2024; Haberberg dan Rieple, 2008). Sebagai contoh, dalam dinamika dunia bisnis, organisasi perlu dapat menyesuaikan diri, berinovasi, dan juga mengantisipasi perubahan pasar, kebutuhan teknologi, dan kebutuhan pelanggan sehingga manajemen strategi berperan dalam membantu organisasi mengidentifikasi peluang dan tantangan, serta merumuskan rencana tindakan yang tepat untuk menghadapinya (White, 2017; Susanto et al., 2023). Dalam konteks manajemen strategi, penting untuk memahami dan menerapkan konsep-konsep seperti analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, and threats*), identifikasi keunggulan kompetitif, penetapan tujuan yang jelas dan terukur, pemilihan strategi yang sesuai, pengelolaan risiko, dan evaluasi kinerja (Graebner et al., 2023).

Kemudian, manajemen strategi juga dipandang sebagai alat untuk menentukan keputusan strategis yang penting, seperti pengalokasian sumber daya yang efisien, pengembangan produk dan pasar baru, penetrasi terhadap pasar-pasar, langkah diversifikasi, aliansi strategis, dan inovasi (Keding, 2021).

Dalam era globalisasi dan persaingan yang ketat saat ini, manajemen strategi menjadi kunci keberhasilan organisasi, yakni dengan menerapkan manajemen strategi yang efektif serta efisien, organisasi dapat mengoptimalkan kinerjanya, menghadapi tantangan, memanfaatkan peluang, dan mencapai tujuan jangka panjangnya (Hadid dan Al-Sayed, 2021).

2. TINJAUAN LITERATUR

2.1 Manajemen Strategi

Aktivitas Kata “Strategi” berasal dari bahasa Yunani yaitu “Strategos” yang terdiri dari dua suku kata yaitu “Stratos” yang berarti Militer dan “Ag” yang berarti Memimpin. Pada konteks permulaannya, strategi banyak diasumsikan sebagai sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana menaklukkan atau mengalahkan musuh guna meraih kemenangan dalam perang. Oleh karena itu, sangatlah masuk akal apabila istilah ini sangat dekat dengan dunia militer dan politik (Kotler et al., 2021; Mustafa et al., 2023).

Manajemen strategi adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan aktivitas organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Ini melibatkan identifikasi sasaran dan tujuan organisasi, analisis lingkungan eksternal dan internal, pengembangan strategi, alokasi sumber daya, pelaksanaan tindakan yang direncanakan, dan pemantauan kinerja untuk memastikan bahwa organisasi bergerak menuju pencapaian visi dan misi yang telah ditetapkan (White, 2017; Haeruddin et al., 2020; Kotler et al., 2021; Susanto et al., 2023).

2.2 Fungsi Manajemen Strategi

Menurut studi dari Kotler et al. (2021), fungsi-fungsi manajemen strategi mencakup beberapa aspek penting dalam mengelola strategi organisasi. Berikut ini adalah beberapa fungsi utama dari manajemen strategi:

- a) Analisis dan Diagnosa: Fungsi ini melibatkan analisis menyeluruh terhadap lingkungan eksternal dan

internal organisasi. Analisis ini membantu dalam memahami tren pasar, mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal organisasi. Diagnosa ini memberikan dasar untuk merumuskan strategi yang tepat.

- b) **Penetapan Visi, Misi, dan Tujuan:** Fungsi ini melibatkan penetapan visi jangka panjang, misi organisasi, dan tujuan yang ingin dicapai. Visi adalah pandangan masa depan yang diinginkan oleh organisasi, misi adalah pernyataan tentang tujuan pokok organisasi dan alasan keberadaannya, sementara tujuan adalah target spesifik yang ingin dicapai.
- c) **Pengembangan Strategi:** Fungsi ini melibatkan pengembangan rencana strategis yang mencakup langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai tujuan organisasi. Ini melibatkan pemilihan strategi yang sesuai berdasarkan analisis dan pemahaman yang telah dilakukan sebelumnya.
- d) **Alokasi Sumber Daya:** Fungsi ini melibatkan alokasi sumber daya organisasi seperti tenaga kerja, keuangan, infrastruktur, dan teknologi. Sumber daya dialokasikan secara efektif dan efisien sesuai dengan prioritas strategis organisasi.
- e) **Implementasi Strategi:** Fungsi ini melibatkan pelaksanaan tindakan yang telah direncanakan dalam strategi. Ini melibatkan pengaturan struktur organisasi, pengembangan tim, pengorganisasian proses kerja, dan penerapan perubahan yang diperlukan.
- f) **Pengawasan dan Evaluasi:** Fungsi ini melibatkan pemantauan dan evaluasi kinerja organisasi terhadap tujuan dan rencana strategis. Ini melibatkan penggunaan metrik dan indikator kinerja untuk mengukur kemajuan, mengidentifikasi permasalahan, dan melakukan perbaikan yang diperlukan.

- g) **Perubahan dan Penyesuaian:** Fungsi ini melibatkan pengenalan perubahan yang diperlukan dalam strategi dan rencana organisasi. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis, perubahan dan penyesuaian strategi menjadi penting untuk menjaga kinerja organisasi yang kompetitif.

Melalui fungsi-fungsi ini, manajemen strategi membantu organisasi dalam mengembangkan, menerapkan, dan mengawasi strategi yang efektif untuk mencapai keunggulan kompetitif dan tujuan jangka panjangnya.

2.3 Tujuan Manajemen Strategi

Tujuan dari manajemen strategi, seperti yang dijelaskan oleh Henry (2021), adalah sebagai berikut:

- a) **Mencapai Keunggulan Kompetitif:** Salah satu tujuan utama manajemen strategi adalah mencapai keunggulan kompetitif. Dengan merumuskan dan melaksanakan strategi yang efektif, organisasi dapat menciptakan nilai tambah yang unik, mengembangkan keunggulan kompetitif, dan membedakan diri dari pesaing di pasar.
- b) **Meningkatkan Kinerja Organisasi:** Manajemen strategi bertujuan untuk meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan. Ini melibatkan mencapai hasil yang diharapkan dalam hal pertumbuhan pendapatan, pangsa pasar, profitabilitas, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan.
- c) **Pencapaian Tujuan Jangka Panjang:** Manajemen strategi bertujuan untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi. Ini termasuk menciptakan nilai jangka panjang, memperkuat posisi pasar, memperluas kehadiran geografis, mengembangkan produk atau layanan baru, atau mencapai pertumbuhan berkelanjutan.
- d) **Respons terhadap Perubahan Lingkungan:** Tujuan manajemen strategi adalah memungkinkan organisasi untuk merespons dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang terjadi. Ini termasuk

perubahan dalam tren pasar, teknologi, regulasi, persaingan, dan kebutuhan pelanggan. Manajemen strategi membantu organisasi mengantisipasi perubahan tersebut dan mengambil tindakan yang tepat untuk tetap relevan dan kompetitif.

- e) **Pengelolaan Risiko:** Tujuan manajemen strategi adalah mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola risiko yang dihadapi oleh organisasi. Ini melibatkan mengidentifikasi ancaman potensial, memperkuat ketahanan organisasi terhadap perubahan yang tidak terduga, dan mengembangkan strategi untuk mengurangi dampak negatif dari risiko yang mungkin terjadi.
- f) **Koordinasi dan Pengintegrasian:** Manajemen strategi bertujuan untuk mengkoordinasikan dan mengintegrasikan berbagai fungsi dan unit dalam organisasi. Ini termasuk mengintegrasikan strategi fungsional, memastikan keselarasan antara departemen dan tim, dan memaksimalkan sinergi dalam upaya organisasi secara keseluruhan.
- g) **Peningkatan Keputusan dan Pengambilan Risiko:** Manajemen strategi bertujuan untuk meningkatkan proses pengambilan keputusan dan kemampuan organisasi dalam mengambil risiko yang terukur. Ini melibatkan penggunaan informasi yang berkualitas, analisis yang baik, dan pemahaman yang mendalam tentang konsekuensi strategis yang mungkin timbul dari keputusan dan tindakan yang diambil.

Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, manajemen strategi membantu organisasi mencapai keberhasilan jangka panjang, menghadapi tantangan bisnis, dan tetap relevan di pasar yang kompetitif (Henry, 2021).

2.4 Teori-teori Manajemen Strategi

Ada beberapa teori utama dalam manajemen strategi yang telah dikembangkan oleh para ahli. Berikut ini

adalah beberapa teori yang signifikan dalam bidang manajemen strategi:

2.4.1 Teori Keunggulan Kompetitif (Competitive Advantage Theory)

Teori ini dikembangkan oleh Porter (2011) dan berfokus pada menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Porter (2011) mengidentifikasi tiga strategi generik untuk mencapai keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus.

2.4.2 Teori Sumber Daya dan Kemampuan (Resource-Based View Theory)

Teori dari Wernerfelt (1984), menekankan pentingnya sumber daya dan kemampuan organisasi dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Menurut teori ini, organisasi yang memiliki sumber daya yang berharga, langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat digantikan akan memiliki keunggulan kompetitif.

2.4.3 Teori Inovasi (Innovation Theory)

Teori yang dikembangkan oleh Schumpeter (1934) menekankan peran inovasi dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan pertumbuhan organisasi. Teori inovasi berfokus pada pengembangan produk, proses, dan model bisnis baru yang memberikan nilai tambah kepada pelanggan dan membedakan organisasi dari pesaing.

2.4.4 Teori Perubahan Lingkungan (Environmental Change Theory)

Teori ini mengakui bahwa lingkungan bisnis berubah secara konstan dan organisasi harus beradaptasi untuk tetap relevan (Nordhaus, 1976). Teori perubahan lingkungan menekankan pentingnya pemantauan lingkungan, identifikasi tren, dan fleksibilitas strategis untuk menghadapi perubahan yang terjadi.

2.4.5 Teori Posisi (Positioning Theory)

Teori dari Harré (2015) menekankan pentingnya posisi kompetitif organisasi di pasar. Teori ini berfokus pada identifikasi segmen pasar yang menarik dan

menciptakan posisi yang unik dan bernilai di dalam segmen tersebut.

2.4.6 Teori Pengambilan Keputusan (Decision-Making Theory)

Teori yang diperkenalkan oleh Simon (1979) mengeksplorasi proses pengambilan keputusan dalam konteks strategis. Teori ini melibatkan analisis, evaluasi, dan pemilihan alternatif strategi berdasarkan informasi dan pemahaman yang tepat tentang lingkungan dan tujuan organisasi.

2.4.7 Teori Koordinasi (Coordination Theory)

Teori ini dikemukakan awalnya oleh Malone dan Crowston (1994) yang membahas pentingnya koordinasi dan integrasi kegiatan organisasi untuk mencapai tujuan strategis. Teori koordinasi melibatkan pemahaman tentang bagaimana berbagai fungsi dan unit dalam organisasi saling berinteraksi dan berkoordinasi untuk mencapai keselarasan strategis.

3. PEMBAHASAN

3.1 Manajemen Strategi dalam Sudut Pandang Ilmu Manajemen

Manajemen strategi dalam sudut pandang manajemen melibatkan beberapa rangkaian aktivitas yang terkait dengan pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi dan pengendalian. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai masing-masing aspek tersebut:

3.1.2 Pengamatan Lingkungan

Pengamatan lingkungan merupakan langkah awal dalam manajemen strategi. Ini melibatkan pengumpulan data dan informasi tentang faktor-faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi organisasi. Dalam pengamatan lingkungan, manajemen strategi melakukan analisis pasar, analisis pesaing, analisis tren ekonomi, teknologi, sosial, dan politik, serta identifikasi peluang dan ancaman yang ada.

3.1.2 Perumusan Strategi

Setelah pengamatan lingkungan, langkah selanjutnya adalah perumusan strategi. Perumusan strategi melibatkan pengembangan tujuan jangka panjang organisasi, penentuan arah strategis, dan pemilihan strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Manajemen strategi menggunakan hasil pengamatan lingkungan dan informasi yang diperoleh untuk merumuskan rencana strategis yang sesuai dengan situasi organisasi.

3.1.3 Implementasi Strategi

Setelah perumusan strategi, strategi tersebut harus diimplementasikan secara efektif. Implementasi strategi melibatkan pengalokasian sumber daya, perancangan struktur organisasi, pembentukan tim kerja, pengembangan proses operasional, serta pengorganisasian dan pengaturan semua aspek yang diperlukan untuk menerapkan strategi secara konsisten dan koheren.

3.1.4 Evaluasi dan Pengendalian

Evaluasi dan pengendalian adalah tahap terakhir dalam manajemen strategi. Ini melibatkan pemantauan kinerja organisasi terhadap tujuan strategis yang telah ditetapkan. Evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana organisasi telah mencapai tujuan dan melaksanakan strategi dengan baik. Pengendalian melibatkan tindakan perbaikan dan penyesuaian jika terdapat ketidaksesuaian atau kesenjangan antara kinerja aktual dan rencana strategis.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan singkat dari manajemen strategi adalah bahwa manajemen strategi adalah proses penting yang melibatkan perencanaan, implementasi, dan pengelolaan strategi bisnis yang efektif. Ini melibatkan analisis situasi, penetapan tujuan, pengembangan strategi, pengelolaan risiko, dan evaluasi kinerja. Dengan menerapkan manajemen strategi yang baik, organisasi dapat mencapai keunggulan kompetitif, beradaptasi dengan perubahan lingkungan, dan mencapai tujuan jangka panjangnya.

Manajemen strategi dalam sudut pandang manajemen melibatkan beberapa aktivitas yang terkait dengan pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi serta pengendalian. Dalam pengamatan lingkungan, manajemen strategi melakukan analisis pasar, analisis pesaing, analisis tren ekonomi, teknologi, sosial, dan politik, serta identifikasi peluang dan ancaman yang ada. Perumusan strategi melibatkan pengembangan tujuan jangka panjang organisasi, penentuan arah strategis, dan pemilihan strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Manajemen strategi menggunakan hasil pengamatan lingkungan dan informasi yang diperoleh untuk merumuskan rencana strategis yang sesuai dengan situasi organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

1. Akbar, A., Mustafa, M. Y., Haeruddin, M. I. M., Mariñas-Acosta, C., Hasbiyadi, H., Alam, S., & Darmawinata, W. N. S. (2024). Days of Future Past: Scrutinising the Artificial Intelligence Impact on the Leadership of Internationalising SMEs. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(5), 53–59. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2024/v24i51292>
2. Akbar, A., Haeruddin, M. I. M., Mustafa, F., Aslam, A. P., Mustafa, R., Aswar, N. F., Mustafa, M. Y., & Nurgraha SD, W. (2023). Pelatihan dan Pengembangan SDM dalam Perspektif Ilmu Manajemen: Sebuah Studi Literatur. *Southeast Asia Journal of Business, Accounting, and Entrepreneurship*, 1(1), 1-7. <https://dailymakassar.id/ejournal/index.php/sains/article/view/39/15>
3. Graebner, M. E., Knott, A. M., Lieberman, M. B., & Mitchell, W. (2023). Empirical inquiry without hypotheses: A question-driven, phenomenon-based approach to strategic management research. *Strategic Management Journal*, 44(1), 3-10.
4. Haberberg, A., & Rieple, A. (2008). *Strategic management: Theory and application*. Oxford University Press.
5. Hadid, W., & Al-Sayed, M. (2021). Management accountants and strategic management accounting: The role of organizational culture and information systems. *Management accounting research*, 50, 100725.
6. Haeruddin, M. (2017). Mergers and Acquisitions: Quo Vadis? *Management*, 7(2), 84-88. <http://article.sapub.org/10.5923.j.mm.20170702.02.html>
7. Haeruddin, M. I. M., Analtha, F., Haeruddin, M. I. W., Mansur, M. A. R. (2020). We could be so good together. *International Journal of Educational, Administration, Management, and Leadership*, 1(2), 77-84. <https://dx.doi.org/10.51629/ijeamal.v1i2.9>
8. Harré, R. (2015). Positioning theory. *The Wiley handbook of theoretical and philosophical psychology: Methods, approaches, and new directions for social sciences*, 263-276.
9. Henry, A. (2021). *Understanding strategic management*. Oxford University Press.
10. Keding, C. (2021). Understanding the interplay of artificial intelligence and strategic management: four decades of research in review. *Management Review Quarterly*, 71(1), 91-134.
11. Kotler, P., Berger, R., & Bickhoff, N. (2010). *The quintessence of strategic management. What You Really Need to Know to Survive in Business*, Berlin.
12. Kotler, P., Pfoertsch, W., & Sponholz, U. (2021). H2h marketing: Putting trust and brand in strategic management focus. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(2).
13. Malone, T. W., & Crowston, K. (1994). The interdisciplinary study of coordination. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 26(1), 87-119.
14. Mustafa, M. Y., Abdi, A., Nurlaely, R., Dewi, A., Riwayat, A., & Nurjannah, N. (2023). The Rise of Skywalker: The Critical Vehemence of Customer Loyalty inside the E-commerce Platform. *Asian Journal of Education and Social Studies*, 41(2), 57-67. <https://doi.org/10.9734/ajess/2023/v41i2893>

15. Mustafa, M. Y., Mustafa, F., Mustafa, R., & Mustafa, R. (2018). Japanese enterprises role on SMEs development in Indonesia: inside tobiko export and import. *Hasanuddin Economics and Business Review*, 2(2), 83-95. <http://dx.doi.org/10.26487/hebr.v2i2.1352>
16. Nordhaus, W. D. (1976). Inflation theory and policy. *The American economic review*, 59-64.
17. Porter, M. E. (2011). *Competitive advantage of nations: creating and sustaining superior performance*. Simon and Schuster.
18. Porter, M. E. (2021). *The changing role of business in society*. Harvard Business School: Boston, MA, USA.
19. Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*, Harvard Economic Studies, Vol. 46, Harvard College, Cambridge, MA.
20. Simon, H. A. (1979). Rational decision making in business organizations. *The American economic review*, 69(4), 493-513.
21. Susanto, P. C., Ali, H., Sawitri, N. N., & Widyastuti, T. (2023). *Strategic Management: Concept, Implementation, and Indicators of Success (Literature Review)*. *Siber Journal of Advanced Multidisciplinary*, 1(2), 44-54.
22. Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic management journal*, 5(2), 171-180.
23. White, C. (2017). *Strategic management*. Bloomsbury Publishing.