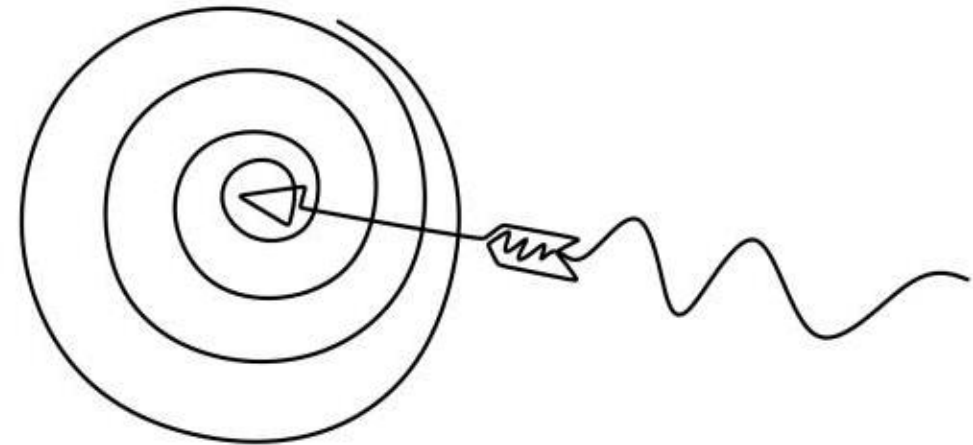


Konsep dan Karakteristik Manajemen Strategi

Muhammad Luthfi Hamdani



Tadabbur Ayat QS Al-Quraisy 1-4

لِإِيلَافِ قُرَيْشٍ ﴿١﴾ إِيلَافِهِمْ رِحْلَةَ الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ ﴿٢﴾
فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ ﴿٣﴾ الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ ﴿٤﴾

Delapan strategi bisnis yang terkandung dalam surat Quroisy;

1. Ketekunan, pembelajaran serta pembiasaan dari kecil,
2. *Brand equity* dan *master brand* yang digambarkan dengan lafaz Quraish;
3. Ekspansi ke luar, membangun network serta keahlian diplomasi dan negosiasi yang digambarkan dengan lafaz *rihlah*;
4. Segmentasi pasar yang digambarkan dengan lafaz *al-shita'i wa al-saif*;
5. *Balance* antara bisnis dan ibadah. Bahkan bisnis digunakan dakwah yang digambarkan dengan lafaz *falya'budu*;
6. *Positioning* yang digambarkan dengan lafaz *al-bait*.
7. Tawakkal yang disertai dengan kerja keras yang digambarkan dengan lafaz *alladhi at'amahum min ju'*;
8. Berani mengambil risiko yang digambarkan dengan lafaz *waa amanahum min khauf*.

Sumber: Amin, M. N. (2020). Strategi Bisnis Yang Tersirat Dalam Surat Al-Quraisy Ayat 1–4. *Taqorrub: Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah*, 1(1), 1-12.

Pengertian Manajemen Strategi

Hitt, Ireland, dan Hoskisson (2011) mendefinisikan **Manajemen Strategi** sebagai seperangkat komitmen, keputusan, dan tindakan yang diperlukan perusahaan untuk mencapai daya saing strategis dan memperoleh tingkat pengembalian di atas rata-rata. Langkah pertama yang dilakukan perusahaan adalah menganalisis lingkungan eksternal dan organisasi internalnya guna menentukan sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi intinya. Dengan informasi ini, perusahaan membangun visi dan misi mereka dan merumuskan strateginya.

Sumber: Hanson, D., Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2016). *Strategic management: Competitiveness and globalisation*. Cengage AU.

Pengertian Manajemen Strategi

Menurut Wheelan (2018), *Strategic management* is a set of managerial decisions and actions that help determine the long-term performance of an organization. It includes environmental scanning (both external and internal), strategy formulation (strategic or long-range planning), strategy implementation, and evaluation and control. Originally called business policy.

Sumber: Thomas L. Wheelen. (2018). *Strategic management and business policy: Globalization, innovation, and sustainability* (Pearson)

Manfaat Manajemen Strategi

LEARNING ORGANIZATION

Organisasi yang terampil dalam menciptakan, memperoleh, dan mentransfer pengetahuan dan dapat memodifikasi perilakunya untuk mencerminkan pengetahuan dan wawasan baru.

Sehingga:

1. Mampu memecahkan masalah secara sistematis
2. Bereksperimen dengan pendekatan baru
3. Belajar dari pengalaman mereka sendiri serta dari pengalaman orang lain
4. Mentransfer pengetahuan dengan cepat dan efisien ke seluruh organisasi

COMPETITIVE ADVANTAGE

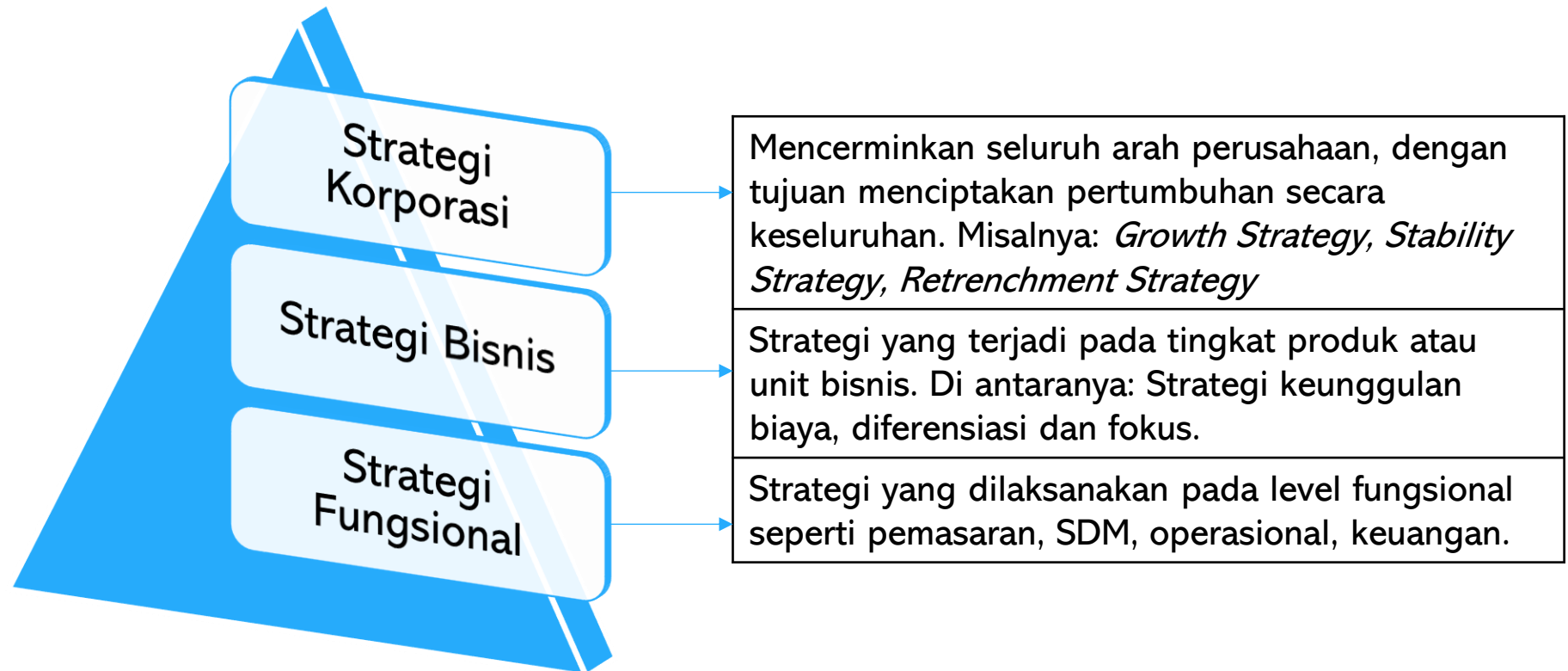
Strategi bertujuan menghalangi pesaing serta melindungi keunggulan yang dimiliki saat ini. Hal ini dapat dicapai melalui:

1. Pengembangan aset baru,
2. Pembaruan kapabilitas yang ada melalui perbaikan berkelanjutan
3. Investasi guna memperluas sumber daya sehingga menjangkau arena-arena persaingan yang baru.

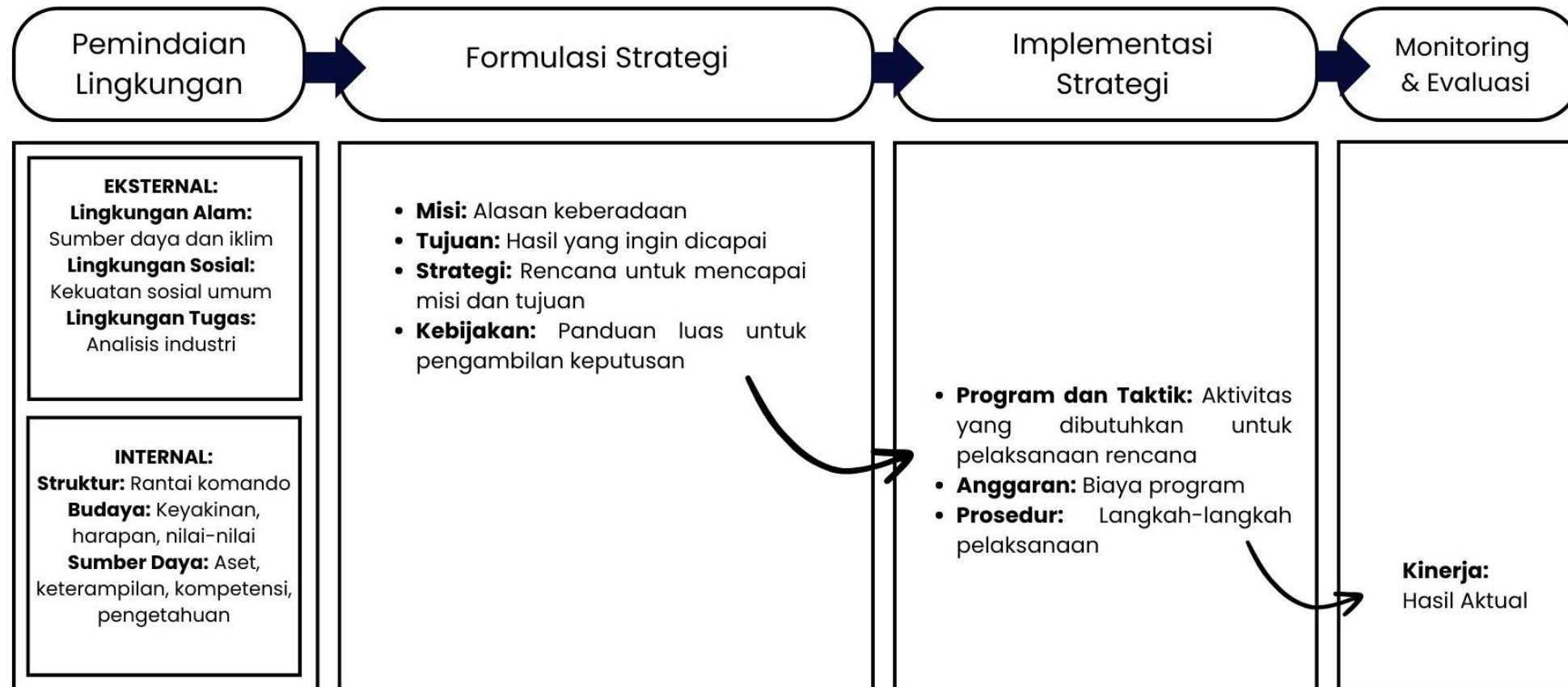
Ruang Lingkup Manajemen Strategi

1. Isu-isu strategis membutuhkan keputusan manajemen puncak
2. Isu-isu strategis membutuhkan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar
3. Isu-isu strategis sering kali memengaruhi kesejahteraan jangka panjang Perusahaan
4. Isu strategis berorientasi pada masa depan
5. Isu strategis biasanya memiliki konsekuensi multifungsional dan multibisnis Keputusan
6. Isu-isu strategis memerlukan pertimbangan atas lingkungan eksternal perusahaan

Tiga Tingkatan Manajemen Strategi



Tahapan Proses Manajemen Strategi



Contoh Visi-Misi

VISI Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat

1. Mempercepat pembangunan Infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh Masyarakat

MISI

2. Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
3. Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik



TERIMAKASIH

