

PROSES MANAJEMEN STRATEGIK

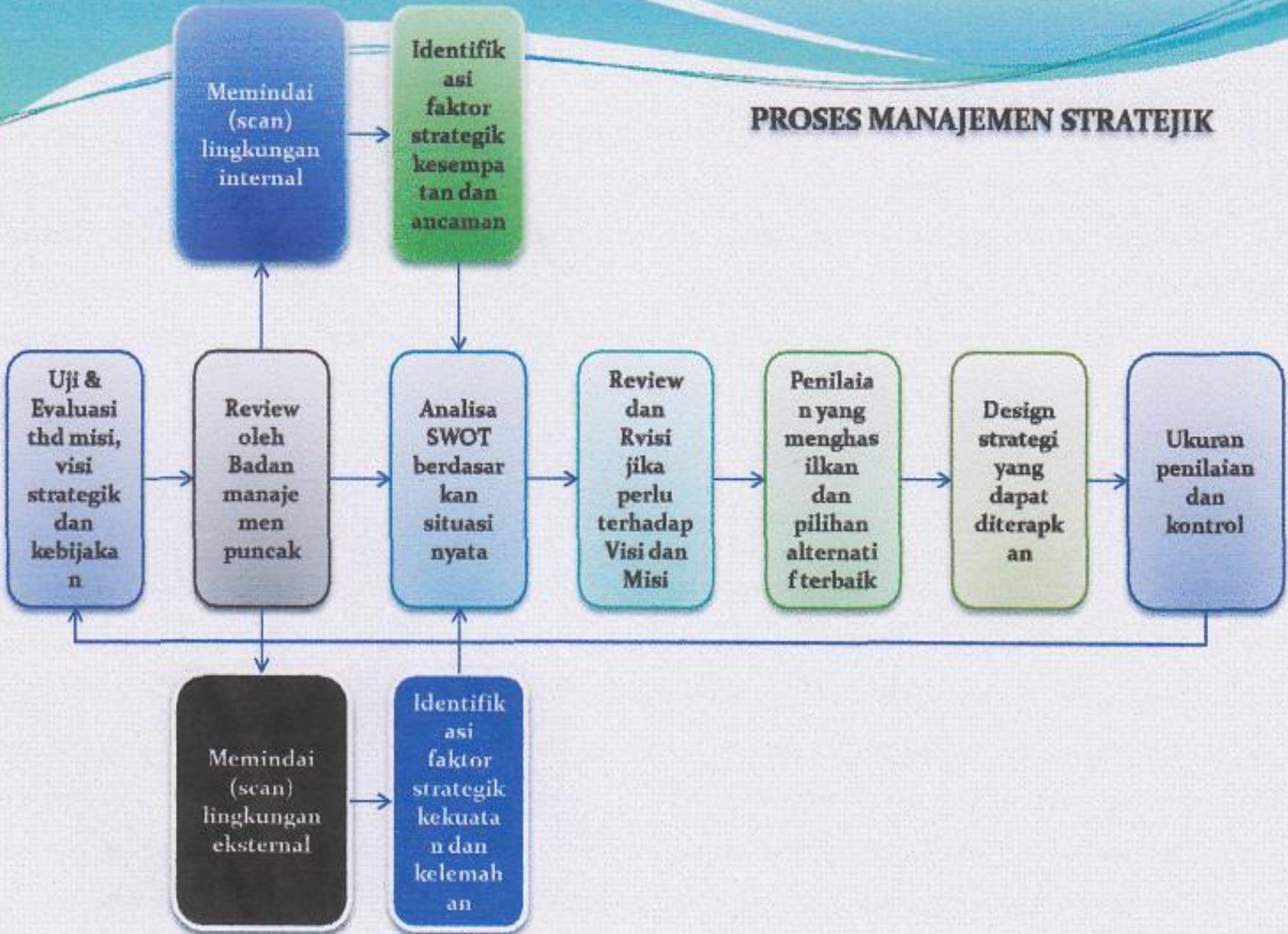
BAB 8

Manajemen Strategik sebagai suatu proses



Suatu cara dan langkah-langkah yang dilakukan para perencana strategi dalam menentukan tujuan dan pengambilan keputusan strategik

PROSES MANAJEMEN STRATEJIK



Formulasi Strategi

Proses pengembangan rencana jangka panjang untuk menangani secara efektif kesempatan dan ancaman dari lingkungan berdasarkan kekuatan dan kelemahan perusahaan, terdiri dari:

- Misi
- Tujuan
- Strategi
- Kebijakan

FORMULASI STRATEGI

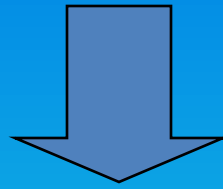


Proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategik dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik

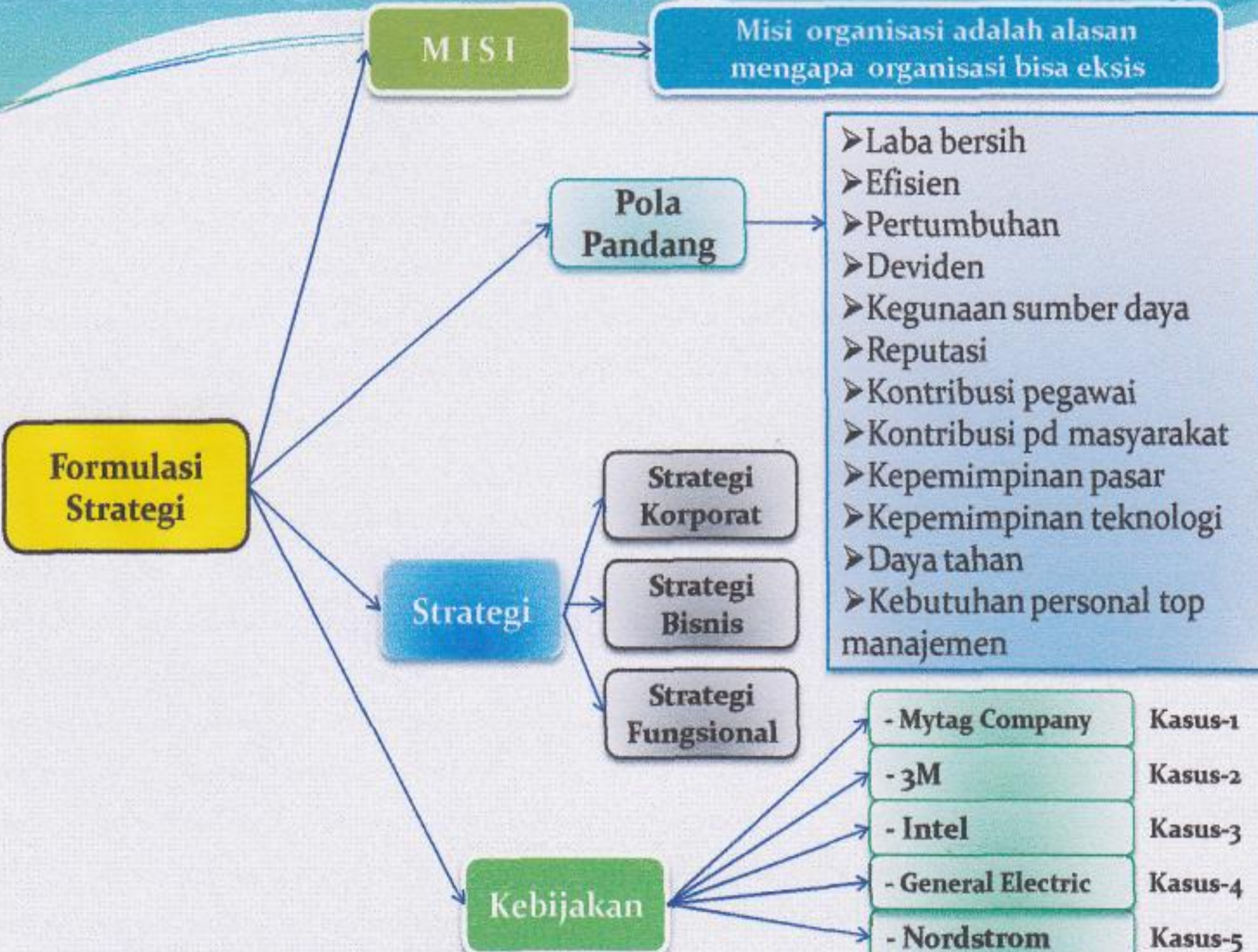
Langkah-langkah Formulasi Strategi

1. Identifikasi lingkungan yang akan dimasuki perusahaan pada masa depan.
2. Lakukan analisis lingkungan intern dan ekstern untuk mengukur SWOT yang akan dihadapi perusahaan dalam menajlani misi dan meraih keunggulan bersaing.
3. Tentukan tujuan dan target terukur, identifikasi dan evaluasi alternatif strategi dan rumuskan strategi dipilih untuk mencapai tujuan dan ukuran keberhasilan.

Implementasi Strategi



Proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur.



Konsep dasar manajemen strategik, adalah → Menentukan dan menetapkan arah perusahaan

Arah perusahaan tercermin pada misi perusahaan dan tujuan perusahaan yang ingin dicapai

Umumnya misi perusahaan mempunyai 5 fungsi, yaitu :

Konsep dasar manajemen strategik



Menentukan dan menetapkan arah perusahaan



MISI PERUSAHAAN

Membantu memfokuskan sumber daya secara umum

Membantu memastikan bahwa organisasi tidak terlibat dalam konflik kepentingan

Berfungsi sebagai dasar pemikiran umum untuk mengalokasikan sumberdaya organisasi

Membentuk wilayah tanggungjawab kerja yang luas dalam perusahaan

Berfungsi sebagai dasar pengembangan tujuan perusahaan

Konsep dasar manajemen strategik

Menentukan dan menetapkan arah perusahaan

TUJUAN PERUSAHAAN

Market Standing

Posisi perusahaan relatif sama dengan pesaing

Inovation

Perubahan utk memperbaiki metode bisnis perusahaan

Productivity

Tingkat produksi/jasa dibandingkan dng sumberdaya yg digunakan

Resource Level

Jumlah relatif persediaan, peralatan & kas sebagai sumberdaya disimpan

Profitability

Pendapatan → Biaya

Manager performance & attitude

Kualitas kinerja manajerial (perorangan)

Worker performance & attitude

Kualitas kinerja manajemen (pekerja)

Social Responsibility

Bantuan perusahaan utk kesejahteraan masyarakat