

MANAJEMEN DAN KEPEMIMPINAN STRATEGIK

Untuk pertumbuhan bisnis berkelanjutan

Dr. Emron Edison, S.E., M.M
Titing Kartika, S.Pd., M.M., MBA.



PENERBIT ALFABETA BANDUNG

**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA**

Pasal 9

- (1) Pencipta atau pemegang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 memiliki Hak Ekonomi untuk melakukan:
 - a. Penerbitan Ciptaan;
 - b. Penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya;
 - e. Pendistribusian Ciptaan atau salinannya;
 - g. Pengumuman Ciptaan;
- (2) Setiap orang yang melaksanakan hak ekonomi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib mendapatkan izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta.
- (3) Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan.

Pasal 113

- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang keras memperbanyak, memfotokopi sebagian
atau seluruh isi buku ini, serta memperjualbelikannya
tanpa mendapat izin tertulis dari Penerbit

© 2023, Penerbit Alfabeta, Bandung

AHk-01 (xiv + 202) 16 x 24 cm

Judul Buku : MANAJEMEN DAN KEPEMIMPINAN STRATEGIK
Untuk pertumbuhan bisnis berkelanjutan

Penulis : Dr. Emron Edison, S.E., M.M
Titing Kartika, S.Pd., M.M., MBA.

Penerbit : ALFABETA, cv
Telp. (022) 200 8822 | WA. 081 1213 9484
Website: cvalfabeta.com
Email: alfabetabdg@yahoo.co.id

Cetakan Kesatu : 2024

ISBN :

Anggota Ikatan Penerbit Indonesia

PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur dan pujian kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, penulis pada akhirnya dapat menyelesaikan buku dengan judul "**Manajemen dan Kepemimpinan Strategik: untuk pertumbuhan bisnis berkelanjutan**". Buku ini dirancang untuk memberikan panduan sistematis dalam menyusun strategi, mencakup langkah-langkah krusial seperti Pengamatan Lingkungan dengan contoh penerapan analisis SWOT, Matriks SWOT, proses formulasi strategi, implementasi strategi, kepemimpinan, budaya organisasi, pengorganisasian, strategi bersaing, pelatihan, manajemen perubahan, hingga evaluasi strategi.

Dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, buku ini bertujuan memberikan kontribusi signifikan kepada pembaca dalam pemahaman konsep dan praktek manajemen strategis secara efektif. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada semua individu dan pihak yang turut serta dalam mendukung dan memfasilitasi proses penulisan buku ini, terutama kepada keluarga di rumah yang senantiasa memberikan motivasi tak ternilai selama proses penyelesaian.

Penulis dengan rendah hati mengundang masukan dan saran dari pembaca untuk perbaikan lebih lanjut, baik dari segi isi maupun presentasi buku ini. Semoga buku ini dapat terus memberikan manfaat dan inspirasi yang berkelanjutan, membantu pembaca dalam mengembangkan keterampilan manajemen strategis mereka. Dengan harapan ini, penulis menyimpulkan dengan ucapan terima kasih dan doa agar buku ini menjadi sumber wawasan yang berharga bagi semua yang membacanya.

Bandung, Januari 2024

Penulis,

Emron Edison – Titing Kartika

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xii
Sinopsis	xiii
BAB 1 PEMAHAMAN DASAR STRATEGIS	1
A. Pendahuluan	1
B. Persaingan Agresif.....	3
▪ Tantangan dalam Menghadapi Persaingan Agresif.....	3
▪ Runtuhnya Kejayaan Perusahaan Ternama .	4
C. Pemahaman Pimpinan tentang Manajemen Strategis.....	5
▪ Manajemen Strategis dan Tantangannya.....	7
▪ Dasar Pemahaman Manajemen Strategis	8
▪ Pentingnya Keputusan Strategis	9
D. Kesimpulan.....	10
▪ Soal dan Diskusi.....	11
BAB 2 STRATEGI BISNIS	13
A. Keberhasilan Bisnis	13
B. Faktor Internal yang Strategis	15
C. Kegunaan Manajemen Strategis	16
D. Pembagian Tugas pada Level Strategis	18
E. Tingkatan Manajemen Strategis	19
F. Proses Manajemen Strategis.....	21
G. Kesimpulan.....	22
▪ Soal dan Diskusi.....	23
BAB 3 PENGAMATAN LINGKUNGAN.....	24
A. Pengamatan Lingkungan.....	24
B. Analisis SWOT (TOWS)	26
▪ Analisis SWOT	26

▪ Analisis SWOT Umum digunakan sebagai Alat Analisis	27
▪ Langkah Penting dalam Analisis SWOT	28
C. Tingkat Signifikan Tiap Faktor Strategis dalam SWOT.....	29
D. Analisis Faktor Internal.....	32
E. Analisis Faktor Eksternal	33
F. Matriks SWOT	35
▪ Implementasi Matriks SWOT.....	36
▪ Contoh Analisis lingkungan dari Berbagai Sumber	37
▪ Contoh Persepsi Penilaian Berdasarkan Kuesioner.....	40
G. Matriks BCG	41
H. Kesimpulan.....	43
▪ Soal dan Diskusi.....	44
BAB 4 FORMULASI STRATEGI	45
A. Formulasi Strategi.....	45
▪ Pentingnya Formulasi Strategi	46
B. Hambatan dalam Menyusun Formulasi Strategi	47
C. Visi dan Misi Perusahaan	48
▪ Visi (<i>Vision</i>)	49
▪ Penetapan Jangka Waktu Visi.....	50
▪ Visi yang Efektif.....	51
▪ Misi (<i>Mission</i>)	52
▪ Proses Penyusunan Visi dan Misi.....	54
▪ Kegagalan dalam Mencapai Visi dan Misi	55
D. Tujuan dan Sasaran.....	55
▪ Tujuan (<i>goals</i>)	56
▪ Sasaran (<i>Objective</i>).....	58
E. Kesimpulan.....	60
▪ Soal dan diskusi	60
BAB 5 IMPLEMENTASI STRATEGIS	61
A. Pendahuluan	61
▪ Siapa yang Mengimplementasikan Strategi?.	62
B. Program	62

C.	Perilaku Biaya dan Laporan Keuangan.....	65
1.	Biaya Tetap (<i>fix cost</i>).....	66
2.	Biaya Variabel.....	66
3.	Pengeluaran Modal.....	67
4.	Laporan Keuangan.....	67
D.	Prosedur	69
E.	Tata kelola	69
▪	Komitmen Menjalankan Tata Kelola yang Baik	71
▪	Manfaat dan Resiko	72
F.	Kesimpulan.....	72
▪	Soal dan Diskusi.....	73
BAB 6	KONSEP STRATEGI BERSAING.....	74
A.	Strategi Generik.....	74
▪	Posisi Produk atau Jasa	75
▪	AIDA <i>Funnel</i>	76
B.	Kerangka Kerja Strategi Generik	79
▪	Strategi Kepemimpinan Biaya	81
▪	Strategi Diferensiasi.....	82
▪	Strategi Fokus.....	83
▪	Potret.....	85
▪	Faktor Kegagalan dalam Menetapkan Strategi Bersaing.....	86
C.	Matriks profil kompetitif.....	87
▪	Teknik Penyusunan Matrik Profil Kompetitif	88
D.	Kesimpulan.....	91
▪	Soal dan Diskusi.....	92
BAB 7	GAYA KEPEMIMPINAN	93
A.	Pendahuluan	93
B.	Tugas dan Tanggung Jawab Pemimpin.....	94
C.	Pendekatan Kompetensi Kepemimpinan.....	95
▪	Pemimpinan perlu Memiliki Kemampuan <i>Human Relations</i>	96
D.	Gaya Kepemimpinan	98
1.	Kepemimpinan Strategis	99
2.	Kepemimpinan Karismatik	101

3. Kepemimpinan Transformasional	102
4. Kepemimpinan Transaksional	105
5. Kepemimpinan Partisipatif	106
6. Kepemimpinan Otokratis	107
E. Pengaruh kepemimpinan dalam Meningkatkan Kinerja	108
F. Memberi Kepercayaan Kepada Manajer	109
G. Berbisnis Secara Etis	111
H. Survei Persepsi Tentang Kepemimpinan	112
I. Kesimpulan	114
▪ Soal dan Diskusi	116
BAB 8 DESAIN ORGANISASI.....	117
A. Pendahuluan	117
▪ Struktur yang Menyesuaikan Diri	118
B. Pengorganisasian	119
▪ Definisi Organisasi dan Pengorganisasian	119
C. Mendesain Struktur Organisasi.....	120
▪ Uraian Pekerjaan	120
D. Faktor Penting dalam Pengorganisasian	121
E. Tipe Organisasi	122
1. Organisasi Lini.....	123
2. Organisasi Staf	124
3. Organisasi Fungsional	125
4. Organisasi Fungsional, Lini dan Staf.....	125
5. Organisasi Matriks.....	127
6. Organisasi Divisi	128
F. Kendala dalam Pengorganisasian	129
G. Kesimpulan	130
▪ Soal dan Diskusi.....	131
BAB 9 BUDAYA ORGANISASI	132
A. Pendahuluan	132
▪ Membangun Nilai-Nilai.....	134
▪ Budaya yang Membentuk Perilaku	134
B. Definisi Budaya Organisasi	136
C. Budaya Model OCI	136
D. Memahami Budaya suatu Organisasi.....	138

E. Analisis kesenjangan.....	139
F. Lahirnya Budaya Organisasi dan Manfaatnya ..	140
G. Tantangan dalam Membangun Budaya	142
H. Dimensi Budaya Organisasi	143
I. Survei Persepsi tentang Budaya Organisasi.....	144
J. Kesimpulan.....	147
▪ Soal dan Diskusi.....	148
BAB 10 KOMPETENSI DAN PELATIHAN	149
A. Pelatihan.....	149
▪ Hambatan dalam Pelatihan.....	150
▪ Indikator-Indikator Pelatihan	151
B. Kompetensi	154
C. Dimensi Kompetensi	155
D. Manajemen SDM Tradisional dan Berbasis Kompetensi	156
E. Permasalahan pada Karyawan yang Tidak Kompeten.....	158
F. Kesimpulan.....	160
▪ Soal dan Diskusi.....	161
BAB 11 KONSEP PERUBAHAN	162
A. Pendahuluan	162
▪ Analisis Perubahan	163
▪ Memanfaatkan Sponsor Perubahan sebagai Bagian dari Strategi	164
▪ Tujuan Manajemen Perubahan	165
B. Tahapan Perubahan.....	166
▪ Hambatan Perubahan	167
C. Alasan Penolakan Terhadap Perubahan	168
▪ Membangun Peta Perubahan	168
D. Macam-Macam Perubahan.....	169
▪ Pendekatan dalam Perubahan.....	170
E. Kesimpulan.....	171
▪ Soal dan Diskusi.....	171
BAB 12 TANGGUNG JAWAB SOSIAL (CSR).....	172
A. Pendahuluan	172

B. Contoh Pelaksanaan CSR.....	175
C. Kesimpulan.....	176
▪ Soal dan Diskusi.....	177
BAB 13 MONITORING DAN EVALUASI	178
A. Pendahuluan	178
▪ Kasus.....	179
▪ Evaluasi Melatih Manajer Berpikir Strategis..	180
B. Proses Evaluasi.....	181
▪ Langkah-Langkah dalam Proses Evaluasi/ Monitoring	181
C. Evaluasi dan Penilaian Kinerja.....	182
D. Manfaat Evaluasi dan Monitoring.....	182
E. Kesimpulan.....	183
▪ Soal dan Diskusi.....	184
BAB 14 KINERJA & BALANCED SCORECARD.....	185
A. Pendahuluan	185
▪ Pemberian Penghargaan dalam Konteks Kinerja.....	186
B. Manajer dalam Penilaian Kinerja.....	187
▪ Indikator Kinerja.....	188
C. <i>Balanced Scorecard</i>	188
1. Perspektif Keuangan	190
2. Perspektif Pelanggan	191
3. Perspektif Proses Internal.....	192
4. Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran..	193
5. BSC sebagai Sebuah Sistem.....	194
D. Kendala dalam Implementasi BSC.....	195
E. Kesimpulan.....	196
▪ Soal dan Diskusi.....	196
REFERENSI.....	198
BIODATA PENULIS.....	202

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Keterangan	Hal
Gambar 1.1	Film Analog, Teknologi & Inovasi Masa Lalu	2
Gambar 1.2	Blackberry Bold Populer di Eranya	4
Gambar 1.3	Kemajuan Teknologi Digital	6
Gambar 1.4	Kepemimpinan Berwawasan Strategis	9
Gambar 2.1	Tim Profesional dalam Bisnis	15
Gambar 2.2	Brainstorming untuk Keputusan Strategi	16
Gambar 2.3	Batas Kewenangan Level Strategis	19
Gambar 2.4	Hierarki Strategi Kebijakan	20
Gambar 2.5	Elemen Dasar dari Proses Manajemen Strategis	22
Gambar 3.1	Pengamatan Lingkungan sebagai Tahapan Awal Strategi	25
Gambar 3.2	Rentang Nilai Signifikan	30
Gambar 3.3	Tahapan Pembobotan	30
Gambar 3.4	Strategi Matriks SWOT	35
Gambar 3.5	Matriks: <i>Boston Consulting Group</i> (BCG)	43
Gambar 4.1	Visi (<i>Vision</i>)	49
Gambar 4.2	Misi (<i>Mission</i>)	52
Gambar 4.3	Korelasi Renstra dan Program Kerja Tahunan	57
Gambar 5.1	Mengatur Strategi untuk Menang	70
Gambar 6.1	Funnel Marketing	78
Gambar 6.2	Strategi Generik (Adaptasi Porter)	83
Gambar 6.3	Antrean Panjang – Beli BBM Vivo	85

No. Gambar	Keterangan	Hal
Gambar 7.1	Kemampuan Konseptual dalam Setiap Posisi Organisasi	97
Gambar 7.2	Kemampuan Teknis dalam Setiap Posisi Organisasi	98
Gambar 8.1	Organisasi Lini	123
Gambar 8.2	Organisasi Lini, Staf & Fungsional	126
Gambar 8.3	Otoritas Ganda pada Organisasi Matriks	127
Gambar 8.4	Struktur Divisi	129
Gambar 9.1	Tim Kerja yang Solid dalam Budaya Organisasi yang Kuat	133
Gambar 9.2	Militer dengan Budaya Organisasi yang Kuat	142
Gambar 9.3	Dimensi Budaya Organisasi	144
Gambar 10.1	Indikator Pelatihan	152
Gambar 10.2	Dimensi Kompetensi	155
Gambar 11.1	Ilustrasi Perubahan	165
Gambar 11.2	Berubah atau Bertahan	167
Gambar 12.1	Irisan Tanggung Jawab Sosial	173
Gambar 13.1	Rapat Kerja Terkait Kinerja	180
Gambar 14.1	Youtube	187
Gambar 14.1	<i>Balanced Scorecard</i>	189

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Keterangan	Hal
Tabel 3.1	Cara Menghitung Rasio Bobot Faktor Internal	31
Tabel 3.2	Cara Menghitung Rasio Bobot Faktor Eksternal	32
Tabel 3.3	IFA (<i>Internal Factor Analysis</i>)	33
Tabel 3.4	EFA (<i>External Factor Analysis</i>)	34
Tabel 3.5	Contoh 1 Matriks SWOT	37
Tabel 3.6	Contoh 2 Matriks SWOT	38
Tabel 3.7	Contoh 3 Matriks SWOT	39
Tabel 3.8	Komponen Pariwisata	40
Tabel 4.1	Contoh Visi – Misi	53
Tabel 4.2	Sinergitas Tujuan – Sasaran	59
Tabel 5.1	Tujuan dan Sasaran Tahun	63
Tabel 5.2	Program Kerja (<i>Action Plan</i>)	64
Tabel 6.1	Matriks Profil Kompetitif (MPK)	89
Tabel 6.2	Matriks Profil Kompetitif (MPK) untuk Royal Caribbean Cruises (RCC)	90
Tabel 6.3	Matriks Profil Kompetitif (MPK) untuk Program Studi pada Perguruan Tinggi	90
Tabel 7.1	Kuesioner Persepsi tentang Kepemimpinan Strategis	113
Tabel 9.1	Kuesioner Persepsi tentang Budaya	145
Tabel 10.1	Kuesioner Pelatihan	153
Tabel 10.2	Manajemen Tradisional & Berbasis Kompetensi	156
Tabel 10.3	Kuesioner Persepsi Tentang Kompetensi	159

SINOPSIS

Buku ini dimulai dengan eksplorasi mendalam tentang perubahan pesat dalam dunia industri dan teknologi. Meskipun teknologi memberikan kemudahan, penekanan pada peran manusia dan kepemimpinan diakui sebagai elemen krusial dalam menciptakan sinergi efektif dengan teknologi. Urgensi adaptasi perusahaan yang cepat, peningkatan efisiensi operasional, dan membangun loyalitas pelanggan ditekankan sebagai langkah strategis yang tak terhindarkan untuk bertahan dalam era ini.

Melalui studi kasus, buku ini menggambarkan banyak perusahaan mapan yang tergeser oleh yang baru, menunjukkan bahwa keberlanjutan kesuksesan memerlukan inovasi terus-menerus. Selain itu, buku ini memberikan panduan praktis tentang langkah-langkah awal untuk merumuskan strategi yang efektif, mulai dari analisis lingkungan menggunakan SWOT hingga penentuan tingkat signifikansi bobot faktor strategis. Pembahasan perumusan strategi mencakup pembuatan visi, misi, dan tujuan jangka panjang, serta implementasi strategi melalui program, anggaran, prosedur, dan etika bisnis.

Buku ini juga menyoroti hubungan antara keberhasilan manajemen strategis, budaya organisasi, dan struktur organisasi. Pemahaman konsep strategi bersaing dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya turut ditekankan. Dengan kerangka kerja komprehensif, buku ini memberikan gambaran mendalam tentang model manajemen strategis yang dapat diandalkan untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Scan disini



Untuk membeli buku Penerbit Alfabet