

Prof. Dr. Wilson Bogar, M.Si



Manajemen Strategi



MANAJEMEN STRATEGI

Penulis:
Wilson Bogar



TANGGUH DENARA JAYA
PUBLISHER

UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan Sifat Hak Cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan fonogram yang telah dilakukan pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. 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 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

MANAJEMEN STRATEGI

Wilson Bogar

TATA LETAK:

Sari

DESAIN SAMPUL:

Adhar

SUMBER:

www.tdjpublisher.com

ISBN:

978-634-279-033-5

CETAKAN PERTAMA:

Desember 2025

UKURAN:

iv + 156 Hal; 15,5 cm x 23 cm

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.

Dilarang menggandakan atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit dan penulis.

ANGGOTA IKAPI: 006/NTT/2022

TANGGUH DENARA JAYA PUBLISHER

Jl. Timor Raya No. 130 B, Kota Kupang, NTT

E-mail: tdj.denarapublisher@gmail.com

KATA PENGANTAR

Manajemen Strategi memberikan kepada pembaca pengetahuan serta kemampuan dan keterampilan merumuskan strategi, melaksanakan atau implementasi strategi dan melaksanakan evaluasi atas strategi. Perumusan strategi diawali dengan menelaah secara mendalam lingkungan eksternal dan internal, guna merumuskan dan memilih strategi yang paling *applicable* dengan situasi yang ada sekarang maupun yang akan datang, dan sekaligus melakukan implementasi terhadap strategi yang ada, melalui perumusan kebijakan, penyusunan program dan penyiapan budget serta diikuti pula dengan evaluasi yang teratur dan kontinu agar mampu meningkatkan daya saing dan kinerja.

Berbagai faktor lingkungan yang mempunyai dampak baik secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap strategi dan kebijakan perusahaan. materi yang dibahas meliputi analisis lingkungan makro yang mencakup lingkungan (politik, ekonomi, social, budaya dan teknologi), analisis lingkungan mikro yang meliputi konsumen, pesaing, kebijakan pemerintah, pemegang saham, kreditur, pemasok, organisasi serikat pekerja, serta asosiasi bisnis.

Dengan memahami manajemen strategis diharapkan pembaca mampu mengkaji dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam suatu persaingan bisnis yang sangat

kompetitif dan menghasilkan strategi yang tepat sehingga perusahaan tetap eksis dan berkembang secara berkelanjutan.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
BAB 1 PENGERTIAN DAN LINGKUP STRATEGI	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Definisi Strategi Perusahaan	4
C. Pentingnya Strategi Perusahaan.	7
D. Proses Manajemen Strategik	15
BAB 2 TUJUAN PERUSAHAAN.....	27
A. Pendahuluan.....	27
B. Pengertian Tujuan.....	28
C. Kriteria Tujuan Yang Baik	40
D. Jenis-Jenis Tujuan Perusahaan.....	48
E. Manfaat Tujuan.....	53
F. Perumusan Tujuan.....	57
G. Hirarki Tujuan Perusahaan	68
H. Ketidakselarasan Tujuan	69
BAB 3 PENYUSUN STRATEGI.....	75
A. Pendahuluan.....	75
B. Penyusunan Strategi oleh Para Manajer Puncak ...	77
C. Dewan Komisaris dan Strategi Perusahaan	86

D. Staf Perencana Corporate dan strategi Perusahaan.....	87
E. Strategi Konsultan Manajemen.....	88
F. Keahlian Penyusun Strategi	89
G. Proses Pembuatan Keputusan	92
BAB 4 PROSES PERUMUSAN STRATEGIS.....	96
A. Pendahuluan.....	96
B. Menganalisis dan mendiagnosis Lingkungan.....	101
C. Faktor-faktor Lingkungan.....	106
D. Memusatkan Diagnosis	136
BAB 5 EVALUASI STARTEGI	147
A. Pendahuluan.....	147
B. Motivasi untuk Mengevaluasi	149
C. Umpan Balik Untuk Evaluasi	150
D. Kriteria untuk Evaluasi.....	151
DAFTAR PUSTAKA.....	154