**TUGAS MANAJEMEN STRATEGIC**

**ASEP PRAMANA**

**2019121007**

1. **Pengertian Manajemen Strategik**

Manajemen strategis adalah seni dan ilmu penyusunan, penerapan, dan pengevaluasian keputusan - keputusan, manajemen strategis berfokus pada proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi. Manajemen strategis mengkombinasikan aktivitas-aktivitas dari berbagai bagian fungsional suatu bisnis untuk mencapai tujuan organisasi.

1. **Perbedaan Manajemen Strategik dan Manajemen Operasional**

- Manajemen strategis merupakan aktivitas manajemen tertinggi yang biasanya disusun oleh dewan direksi dan dilaksanakan oleh CEO serta tim eksekutif organisasi tersebut. Manajemen strategis memberikan arahan menyeluruh untuk perusahaan dan terkait erat dengan bidang perilaku organisasi.Dari pengertian di atas, maka yang dimaksud manajemen stratejik adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat untuk manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian suatu tujuan organisasi tersebut.Jadi manajemen stratejik adalah serangkaian usaha, kiat, keputusan dan tindakan yang mendasar yang digariskan oleh pimpinan organisasi dan diimplementasikan oleh seluruh jajarannya dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi itu.

- Sementara itu, yang dimaksud dengan manajemen operasional meliputi pengelolaan dalam aspek pengadaan tenaga kerja (procurement), pengembangan (development), kompensasi, integrasi, (integration), pemeliharaan (maintenance) dan pemutusan hubungan kerja (separation). Manajemen operasional pada lembaga pendidikan merupakan kegiatan pelaksana yaitu kegiatan yang dilakukan oleh para personil pendidikan sesuai dengan tugas dan tanggungjawab yang dibebankan kepadanya, yang meliputi bidang-bidang kegiatan seperti bidang kurikulum, ketenagaan, keuangan, sarana dan prasarana, tata usaha dan humas.

1. **Proses Manajemen Strategik :**

Ada tiga tahapan dalam manajemen strategis, yaitu perumusan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi.

1. **Perumusan Strategi (Strategy Formulation)**

Perumusan strategi adalah tahap awal pada manajemen strategi, yang mencakup mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang eksternal organisasi dan ancaman, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk mencapai tujuan.

1. **Implementasi Strategi (Strategy Implemented)**

Implementasi strategi adalah tahap selanjutnya sesudah perumusan strategi yang ditetapkan. Penerapan strategi ini memerlukan suatu keputusan dari pihak yang berwenang dalam mengambil keputusan untuk menetapkan tujuan tahunan, menyusun kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan. Pada tahap ini dilakukan pengembangan strategi pendukung budaya, merencanakan struktur organisasi yang efektif, mengatur ulang usaha pemasaran yang dilakukan, mempersiapkan budget, mengembangkan dan utilisasi sistem informasi serta menghubungkan kompensasi karyawan terhadap kinerja organisasi.

1. **Evaluasi Strategi (Strategy Evaluation)**

Evaluasi strategi adalah tahap akhir dalam manajemen strategis. Manajer sangat membutuhkan untuk tahu kapan strategi tertentu tidak bekerja dengan baik; Evaluasi strategi adalah alat utama untuk memperoleh informasi ini. Hal tersebut dapat dilakukan dengan penilaian atau melakukan proses evaluasi strategi. Dalam penilaian strategi terdapat tiga aktivitas penilaian yang mendasar, yaitu: Peninjauan ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan bagi strategi saat ini, Pengukuran kinerja, dan 3). Pengambilan langkah korektif. Penilaian strategi sangat diperlukan oleh suatu perusahaan karena strategi yang berhasil untuk saat ini tidak selalu berhasil untuk di masa yang akan datang.

1. **Level-level Manajemen Strategik**

Tingkatan atau level dalam Manajemen Strategic dapat dibedakan sebegai berikut:

1. **Strategi Tingkat Perusahaan (Corporate Strategy)**

Strategi yang dirumuskan untuk mencapai tujuan korporat atau bisnis secara keseluruhan mencakup bagaimana mengintegrasikan dan mengelola semua bisnis. Korporat bertanggung jawab membangun “value” dalam bisnisnya. Korporat bertanggung jawabpada portofolio bisnis, memastikan bahwa bisnis akan beroprasi dalam jangka panjang, dan memastikan setiap bisnis yang dimilikinya kompatibel satu sama lain.

Strategi korporat merupakan game plan keseluruhan dari perusahaan diversifikasi. Strategi ini menjadi payung atau pedoman strategi bagi seluruh unit bisnis yang dimiliki perusahaan diversifikasi.

Penyusunan strategi korporat perlu mempertimbangkan hal-hal di bawah ini:

* + langkah-langkah untuk memantapkan posisi dan keunggulan masing-masing unit bisnis.
	+ langkah-langkah mempercepat tercapainya kinerja bisnis
	+ menentukan cara untuk mencapai kesesuaian strategik (strategic fits) antar bisnis dengan korporat

menentukan prioritas investasi dan mendorong sumberdaya korporat untuk berdaya guna di bisnis yang paling atraktif dan menguntungkan

* Ditetapkan oleh tingkat manajemen tertinggi di dalam organisasi dan mengarah kepada bisnis apa yang akan dilakukan serta bagaimana sumber daya dialokasikan di antara bisnis tersebut.
* Strategi korporasi secara umum melibatkan tujuan jangka panjang yang berhubungan dengan organisasi secara keseluruhan dan investasi keuangan secara langsung.
1. **Strategi Tingkat Bisnis (Business Strategy)**

Strategi level unit bisnis ini bisa berupa strategi di level anak perusahaan, divisi, lini produk, atau profit centre lain yang memiliki otonomi pengelolaan bisnisnya sendiri. Isu dalam strategi bisnis adalah bagaimana mengkoordinasikan fungsi-fungsi bisnis/manajemen untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Di level bisnis strategi yang diformulasikan akan berkaitan dengan posisi bisnis terhadap pesaing, bagaimana mengakomodasi perubahan tren pasar dan teknologi, dan upaya-upaya mempengaruhi persaingan melalui tindakan2 strategis sepeti integrasi vertikal, atau tindakan politis seperti lobi. Strategi generik Mc. Porter adalah contoh strategi bisnis.

Ditetapkan oleh masing-masing unit bisnis strategi (Strategy Business Unit = SBU). Strategi bisnis biasanya diformulasikan oleh manajer tingkat bisnis melalui negosiasi dengan manajer korporasi dan memusatkan kepada bagaimana cara bersaing dalam dunia bisnis yang ada.

Strategi bisnis harus melalui dan diperoleh serta didukung oleh strategi korporasi.

1. **Strategi Tingkat Fungsional (Functional Strategy)**

Strategi yang diformulasikan dan diimplementasikan di level fungsi manajemen dari tiap bisnis, seperti fungsi SDM, keuangan, operasional, dan pemasaran. Level ini menjadi pusat informasi manajemen strategi di level lebih atas yaitu bisnis dan korporat dimana :

▪ Mempunyai lingkup yang lebih sempit lagi dibandingkan strategi korporasi dan strategi bisnis.

▪ Berhubungan dengan fungsi bisnis seperti fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi SDM, fungsi keuangan, fungsi riset dan pengembangan (R&D).

▪ Strategi fungsional harus mengarah kepada strategi bisnis dan konsep mereka yang paling utama adalah tergantung kepada hasil jawaban bagaimana cara menerapkannya.

1. **Strategi Operasional**

Strategi yang diformulasikan dan diimplementasikan di unit-unit operasional seperti penjualan, distribusi, penyimpanan, promosi, persediaan, penggajian dll.