

Editor : Indri Iswardhani, S.E., M.M.

penamuda
media



Rizki Hidayaturochman., Moh. Rivqi Amin., Ahmad Fawaiz., Budi Harto.,
Amir., Izzah Sarirotun Nijwah., Drs. Abdur Rahmanesa., Indah Puspita Maharani.,
Diah Ayu Kusumawati., Nani Suhartini

MANAJEMEN STRATEGI BISNIS

Penulis:

Rizki Hidayaturrochman

Moh. Rivqi Amin

Ahmad Fawaiz

Budi Harto

Amir

Izzah Sarirotun Nijwah

Drs. Abdur Rahmanesa

Indah Puspita Maharani

Diah Ayu Kusumawati

Nani Suhartini

Editor : Indri Iswardhani, S.E., M.M.



MANAJEMEN STRATEGI BISNIS

Copyright © PT Penamuda Media, 2025

Copyright © PT Penamuda Media, 2025

Penulis:

Rizki Hidayaturochman
Moh. Rivqi Amin
Ahmad Fawaiz
Budi Harto
Amir
Izzah Sarirotun Nijwah
Drs. Abdur Rahmanesa
Indah Puspita Maharani
Diah Ayu Kusumawati
Nani Suhartini

Editor : Indri Iswardhani, S.E., M.M.

Penyunting dan Penata Letak:

Tim PT Penamuda Media

Desain Sampul:

Tim PT Penamuda Media

Penerbit:

PT Penamuda Media

ISBN: 978-634-7269-041

Redaksi:

Casa Sidoarum RT03 Ngentak, Sidoarum Godean Sleman Yogyakarta
Web: www.penamudamedia.com
E-mail: penamudamedia@gmail.com
Instagram: [@penamudamedia](https://www.instagram.com/penamudamedia)
WhatsApp: +6285700592256

Cetakan Pertama, Mei 2025

X + 167 halaman; 15 x 23 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun penulis

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, buku berjudul "Manajemen Strategi Bisnis" ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai upaya memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai proses perumusan, implementasi, dan evaluasi strategi dalam dunia bisnis yang dinamis dan kompetitif.

Dalam era globalisasi dan transformasi digital seperti saat ini, manajemen strategi menjadi elemen penting bagi setiap organisasi untuk bertahan, tumbuh, dan menciptakan keunggulan bersaing. Oleh karena itu, buku ini dirancang untuk memberikan landasan teoritis sekaligus pendekatan praktis yang dapat diterapkan dalam pengelolaan strategi bisnis, baik bagi mahasiswa, akademisi, praktisi bisnis, maupun pengambil kebijakan.

Materi dalam buku ini mencakup beragam aspek manajemen strategi, mulai dari konsep dasar dan jenis-jenis strategi bisnis, hingga alat analisis dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan perumusan strategi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan buku ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan edisi-edisi selanjutnya. Semoga buku ini dapat memberikan

manfaat, memperluas wawasan, serta menjadi referensi yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik manajemen strategi di Indonesia.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, semangat, dan kontribusi dalam penyusunan buku ini.

Tim Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Bab 1 Pengenalan Manajemen Strategi Bisnis	1
A. Konsep Dasar Manajemen Strategis	1
B. Penetapan Tujuan dan Strategi Bisnis	5
C. Implementasi dan Evaluasi Strategi Bisnis	7
Bab 2 Evolusi dan Teori Strategi Bisnis	11
A. Evolusi Strategi Bisnis	11
B. Teori-teori Strategi Bisnis	14
Bab 3 Analisis Lingkungan Eksternal	21
A. Komponen Lingkungan Eksternal	21
B. Model Analisis Lingkungan Eksternal	28
Bab 4 Analisis Lingkungan Internal	31
A. Sumber Daya Berwujud dan Tidak Berwujud	31
B. Analisis Kapabilitas Inti (Core Competencies)	33
C. Matriks VRIO sebagai Alat Evaluasi Keunggulan Kompetitif	35
Bab 5 Analisis SWOT	41
D. Identifikasi Faktor Eksternal: Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats)	41
A. Identifikasi Faktor Internal: Kekuatan (Strengths) dan Kelemahan (Weaknesses)	44
B. Strategi Berdasarkan Matriks SWOT	46

Bab 6 Formulasi Strategi Bisnis.....	51
A. Pengertian dan Pentingnya Formulasi Strategi.....	51
B. Jenis-jenis Strategi Bisnis	53
C. Alat dan Teknik dalam Formulasi Strategi.....	56
D. Proses Formulasi Strategi.....	66
E. Faktor yang Mempengaruhi Formulasi Strategi	69
F. Tips untuk Perumusan Strategi yang Sukses	70
G. Studi Kasus dan Implementasi Formulasi Strategi....	72
Bab 7 Strategi Tingkat Korporasi	75
A. Konsep Dasar Strategi Korporasi.....	75
B. Pilihan Strategi Korporasi	78
C. Pengelolaan Portofolio Bisnis	80
Bab 8 Strategi Tingkat Bisnis.....	85
A. Konsep dan Tujuan Strategi Tingkat Bisnis.....	85
B. Tipe-Tipe Strategi Kompetitif.....	87
C. Penerapan Strategi dan Respons terhadap Dinamika Pasar	91
Bab 9 Strategi Fungsional dan Operasional	96
A. Konsep dan Peran Strategi Fungsional.....	96
B. Tipe-Tipe Strategi Fungsional.....	99
C. Implementasi dan Evaluasi Strategi Fungsional dalam Praktik.....	102
Bab 10 Perencanaan dan Pelaksanaan Strategi.....	106
A. Proses Perencanaan Strategi.....	106
B. Pengembangan dan Penyusunan Rencana Aksi.....	109

C. Tantangan dan Pendekatan dalam Pelaksanaan Strategi.....	112
Bab 11 Manajemen Perubahan Organisasi.....	116
A. Konsep dan Pentingnya Manajemen Perubahan	116
B. Model dan Pendekatan dalam Manajemen Perubahan	122
C. Tantangan dan Strategi dalam Mengelola Perubahan	126
Bab 12 Pengelolaan Risiko dalam Strategi Bisnis.....	130
A. Konsep dan Jenis Risiko dalam Bisnis	130
B. Pendekatan untuk Mengidentifikasi dan Menilai Risiko	133
C. Strategi Pengelolaan dan Mitigasi Risiko.....	136
Bab 13 Evaluasi Kinerja Strategi	138
A. Pengertian Evaluasi Kinerja Strategi.....	138
B. Metode Evaluasi Kinerja Strategi.....	140
C. Tantangan dalam Evaluasi Kinerja Strategi	142
Bab 14 Pengendalian Strategi Bisnis	145
A. Konsep Pengendalian Strategi Bisnis.....	145
B. Mekanisme Pengendalian Strategi.....	147
C. Penyesuaian dan Perbaikan Strategi	148
Bab 15 Masa Depan Manajemen Strategi Bisnis	150
A. Peran Teknologi dalam Masa Depan Manajemen Strategi Bisnis	150

B. Dampak Globalisasi terhadap Manajemen Strategi Bisnis	152
C. Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial dalam Strategi Bisnis Masa Depan.....	153
Referensi.....	156
Tentang Penulis.....	160

Manajemen Strategi Bisnis

Buku Manajemen Strategi Bisnis ini menyajikan panduan komprehensif tentang bagaimana merancang, menerapkan, dan mengevaluasi strategi yang efektif dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah. Disusun secara sistematis, buku ini membahas konsep-konsep dasar manajemen strategi, jenis-jenis strategi bisnis, alat analisis strategis seperti SWOT dan balanced scorecard, hingga faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan strategi. Dilengkapi dengan studi kasus aktual dari perusahaan ternama, buku ini tidak hanya memberikan pemahaman teoritis tetapi juga wawasan praktis yang dapat diaplikasikan langsung dalam pengambilan keputusan strategis. Cocok bagi mahasiswa, akademisi, maupun praktisi bisnis yang ingin memperkuat daya saing organisasi secara berkelanjutan.

ISBN 978-634-7269-04-1



9

786347

269041



PT Penerbit Penamuda Media
Godean, Yogyakarta
085700592256
@penamuda_media
penamuda.com