

Manajemen Strategi

Aleria Irma Hatneny S.E., M.M.



Kontrak Kuliah

- Proporsi penilaian secara umum
 1. Kehadiran = 10 %
 2. Tugas = 20 %
 3. UTS = 30 %
 4. UAS = 40 %
- Berpakaian rapi dan sopan, menjaga kebersihan kelas serta dilarang makan di dalam kelas
- Hp dimatikan/di *silent* selama kegiatan belajar di kelas kecuali ada tugas *searching* internet
- Mahasiswa yang melanggar wajib membuat resume perkuliahan (tulis tangan) atau sanksi lain
- Mahasiswa harus memperhatikan baik-baik kontrak kuliah karena berpengaruh langsung dan signifikan terhadap nilai akhir di KHS (Kartu Hasil Studi)

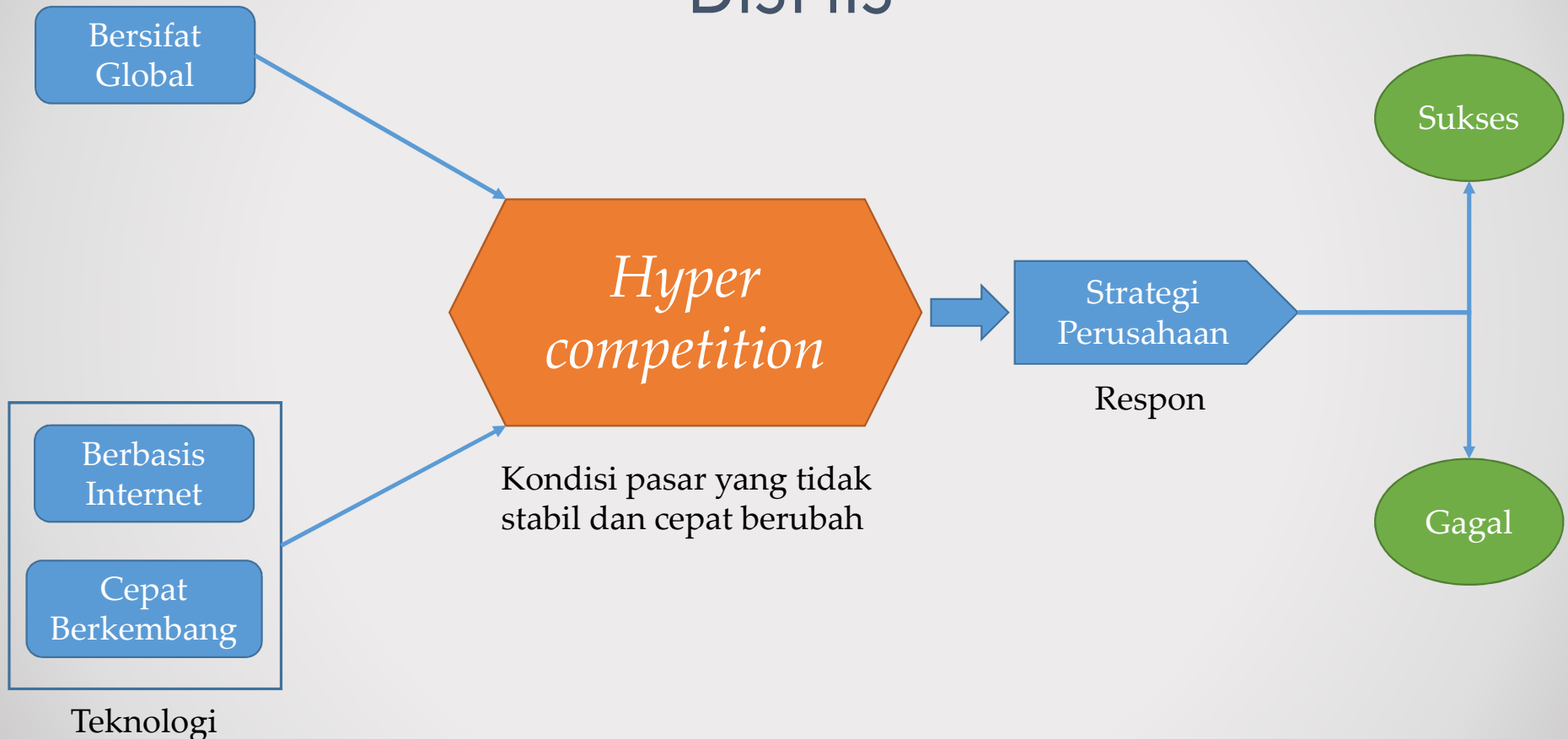
KASUS : MCDONALD'S

- Performa mengesankan McDonald's pada dekade pertama abad dua puluh satu menunjukkan bahwa perusahaan menerapkan strategi secara efektif, setelah mengatasi masa-masa kemerosotan pada tahun 2003
- Sebagai salah satu merek terkenal di dunia, pertengahan 2009 McDonald's sudah mengoperasikan sekitar 32.000 restoran di 118 negara.
- Menjadi Restoran makanan cepat saji terbesar di dunia, pendapatan penjualan McDonald's adalah \$ 70,7 miliar di tahun 2008, naik dari \$ 64,1 miliar tahun sebelumnya
- Melayani 58 juta pelanggan setiap hari, McDonald's mendominasi industri restoran cepat saji di Amerika Serikat, di mana pendapatannya beberapa kali lipat lebih besar dari Burger King dan Wendy's, pesaing terdekatnya.

Strategi Apa Yang Ditempuh Mcdonald's?

- Di tingkat bisnis McD mengubah strategi untuk fokus ke inovasi produk dan upgrade property yang sudah ada daripada ekspansi menambah cabang
- Di tingkat corporate McD mengurangi diversifikasi dengan melepaskan kepentingannya dalam konsep restoran Chipotle Mexican Grill
- Secara operasional, McD fokus merespon suara pelanggan yang meminta kenyamanan dan makanan sehat, dengan mengeluarkan produk salad dan sandwiches, menambah jam pelayanan dan mendesain ulang restoran yang bisa menarik remaja

Tantangan Strategis Lingkungan Bisnis



EKONOMI GLOBAL

- Barang, jasa, sdm, keahlian dan ide-ide bebas melintasi batas-batas geografi
- Area persaingan semakin luas dan ketat
- Munculnya kekuatan ekonomi baru seperti china, india dan eropa
- Ekspansi bisnis perusahaan-perusahaan raksasa di negara-negara berkembang
- Membawa persaingan ke level lebih tinggi akan berbagai dimensi; kualitas, biaya, produktifitas, efisiensi dll
- Hanya perusahaan perusahaan yang bisa memenuhi standar global yang mampu bersaing

PERUBAHAN TEKNOLOGI

- Teknologi baru yang penggunaannya meningkat dengan cepat menyebabkan siklus hidup produk semakin singkat
- Adanya teknologi baru yang menghancurkan teknologi lama bisa muncul sewaktu-waktu, mendorong munculnya industri baru dan mengeliminasi industri lama
- Perkembangan drastis teknologi informasi memberikan fleksibilitas persaingan baik perusahaan besar maupun kecil
- Intensitas kebutuhan data dan informasi yang semakin besar sebagai basis input teknologi dan aplikasinya

Pengertian

- Serangkaian komitmen dan tindakan yang dirancang secara terintegrasi dan terkoordinasi untuk memanfaatkan kompetensi inti dan keuntungan keunggulan kompetitif
- Seperangkat tindakan yang ditempuh manajer untuk meningkatkan performa perusahaan
- Daya saing strategis dapat tercapai apabila perusahaan berhasil membuat dan mengimplementasikan strategi yang menciptakan nilai tambah
- Pemilihan alternatif-alternatif mana yang sebaiknya akan dilakukan dan yang sebaiknya tidak dilakukan

→ Pengertian

- Strategi adalah berkenaan tentang menciptakan dan mewujudkan masa depan, bagaimana memimpin tim atau organisasi anda ke masa depan di mana anda mampu bersaing lebih efektif dan untuk mencapai kemakmuran dan kelangsungan bisnis.
- Bisa diterapkan pada semua organisasi baik besar maupun kecil, baik swasta, pemerintah maupun swadaya
- Kemampuan manajer untuk berfikir strategis menjadi asset yang sangat berharga bagi perusahaan

➔ Pengertian

- Strategi adalah seperangkat tindakan yang ditempuh manajer untuk meningkatkan performa perusahaan.
- Performa yang diharapkan dapat mengungguli para pesaing (=kompetitif)

Strategi Dari Suatu Perspektif



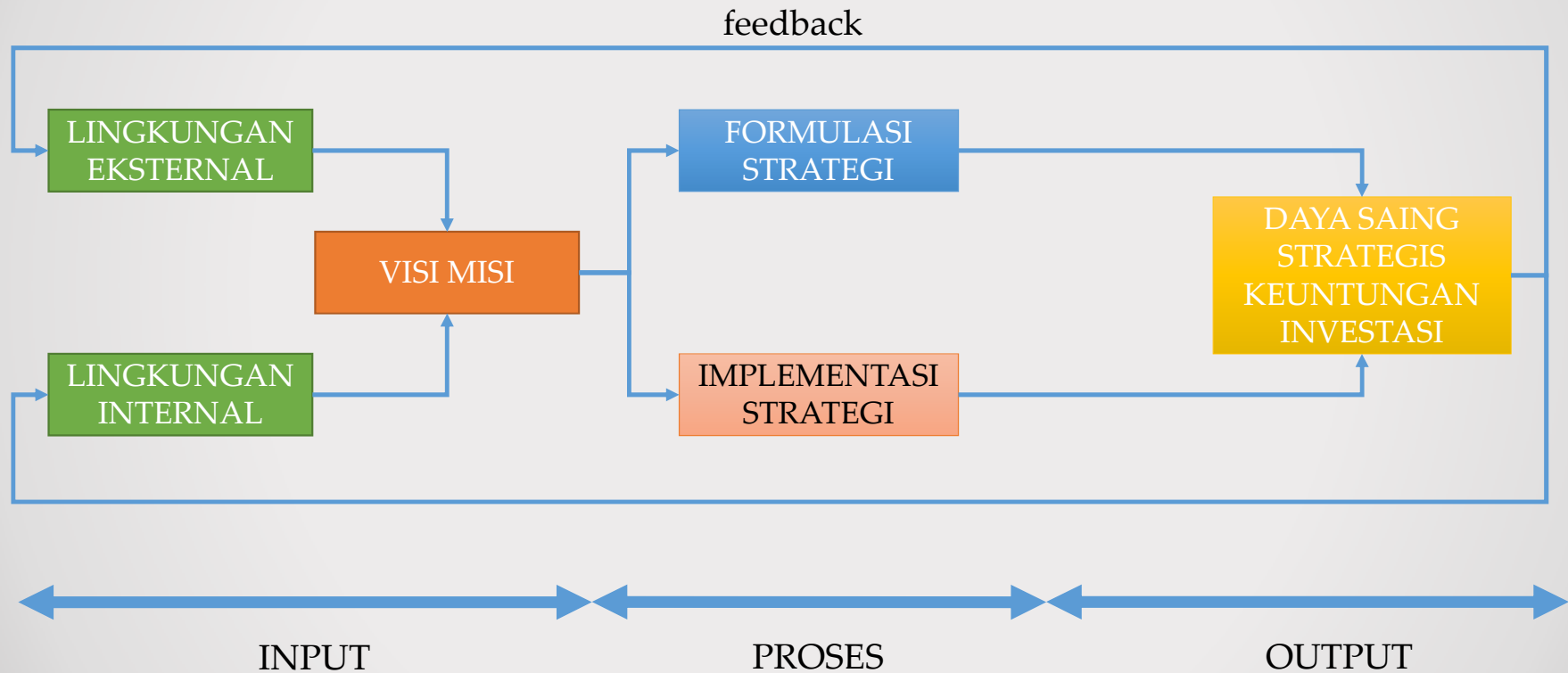
Keunggulan Kompetitif

- Terjadi ketika pesaing kesulitan atau tidak bisa meniru strategi yang diimplementasikan perusahaan
- Keunggulan kompetitif tidak berlaku selamanya/ tidak permanen
- Cepat atau lambat pesaing akan meniru atau mengalahkan strategi yang ada
- Untuk itu strategi harus berkembang dinamis secara terus menerus
- Contoh Kasus ; Blackberry dan Nokia yg pernah booming akhirnya menyerah dari Android

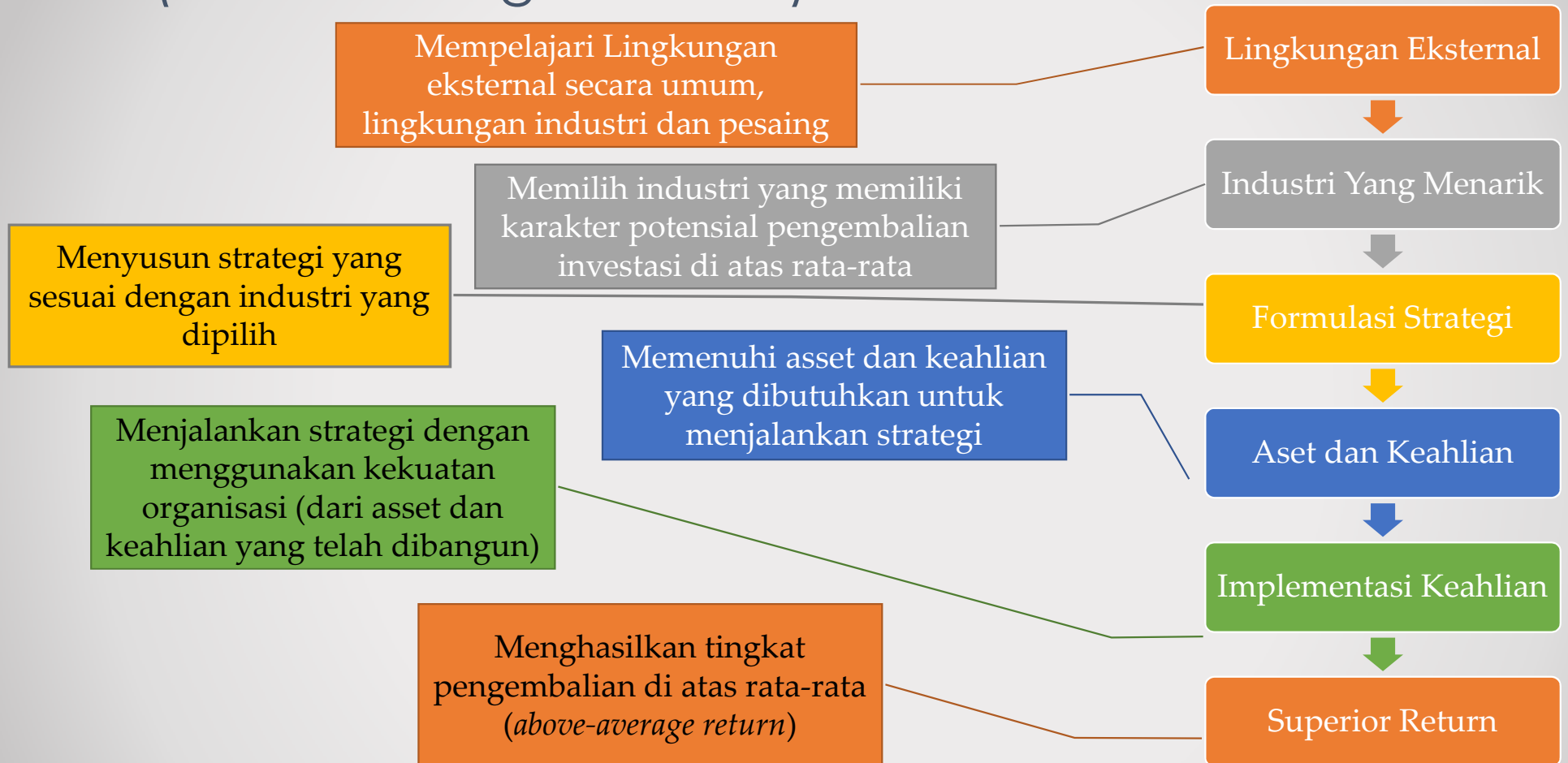
Proses Manajemen Strategi

- Adalah seperangkat komitmen, keputusan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai daya saing dan keuntungan strategis

Proses Manajemen Strategi



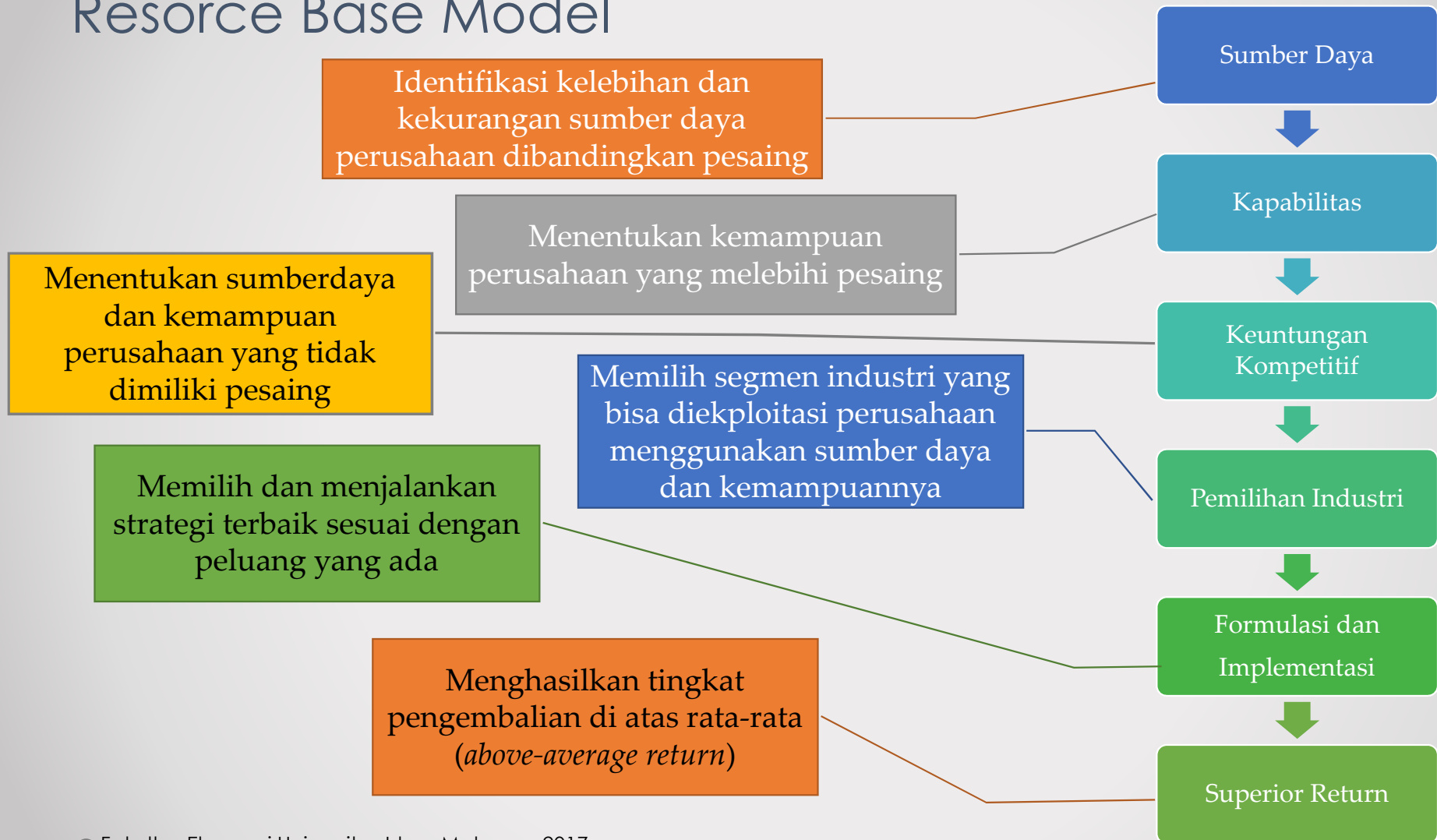
IO (Industrial Organization) Model



Asumsi dasar IO Model

- Lingkungan eksternal diasumsikan menjadi penentu pencapaian *above-average return*
- Perusahaan pesaing diasumsikan mengendalikan sumber daya yang serupa dan untuk mengejar strategi yang serupa
- sumber daya yang digunakan untuk menerapkan strategi dianggap sangat *mobile* dan berumur pendek
- Pengambil keputusan organisasi dianggap rasional dan berkomitmen untuk bertindak dalam kepentingan terbaik perusahaan

Resource Base Model



Asumsi Resource Based Model

- Bahwa setiap organisasi merupakan sekumpulan sumberdaya yang memiliki kapabilitas yang unik, sehingga tidak sama antara perusahaan yang satu dengan yang lain
- Lebih menitikberatkan keadaan internal organisasi dalam menentukan strateginya

Pekerjaan Rumah

- Mencari informasi berkaitan dengan istilah-istilah berikut ini:
 - a. Sumber daya organisasi
 - b. Kapabilitas organisasi
 - c. Kompetensi
 - d. Ekonomi Global
 - e. Fleksibilitas strategi
 - f. Resiko Bisnis

SEKIAN