# MAKALAH

# PROSES MANAJEMEN STRATEGI



**Disusun oleh kelompok I Kelas B2 (Sore)**

**1. Ahmad Fathoni (214.01. )**

**2. Akhmad Fikri (214.01. )**

**3. Dewi Sari Komala (214.01. )**

**4. Melita Kurnia (214.01. )**

**5. Anda Hikmah (214.01. )**

**6. Arif (214.01. )**

**7. Lidia (214.01. )**

**Dosen**

................................, ......, ......

**STIE - MURA LUBUKLINGGAU**

# 2016

KATA PENGANTAR

Puji sukur penyusun panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas izin dan karunianya penyusun dapat menyelesaikan makalah dengan judul “PROSES MANAJEMEN STRATEGI ” ini tepat pada waktunya, sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada nabi besar Muhammad SAW. Makalah ini dibuat dalam rangka pemenuhan tugas matakuliah manajemen strategi, juga dibuat untuk memberikan pengetahuan dan wawasan

kepada penyusun secara lebih mendalam mengenai visi, misi dan str

ategi suatu perusahaan dalam menajalankan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Tentunya dalam kesempatan yang baik ini penyusun menyampaikan terimakasih kepada Bapak........................, ......, ....... selaku dosen yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan yang lebih luas mengenai matakulia manajemen strategik sehingga penyusun dapat menyelesaikan tugas seusuai dengan harapan juga kepada semua pihak yang telah membentu penyusunan makalah ini. Dalam penyusunan makalah ini penyusun menyadari masih terdapat banyak kekurangan disana sini, untuk itu kritik dan saran yang konstruktif demi tersempurnakannya makalah ini sangat penyusun harapkan.Akhirnya penyusun berharap semoga makalah ini dapat bermanfaat sebagai sumber informasi mengenai judul yang terkait dan sebagai bahan bacaaan untuk menambah wawasan secara khusus untuk penyusun dan umunya bagi semua pembaca.

Lubuklinggau, 20 Maret 2016

Penyusun

DAFTAR ISI

Kata Pengantar ................................................................................................

Daftar Isi...........................................................................................................

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang..................................................................................................

Rumusan Masalah............................................................................................

Tujuan Penulisan...............................................................................................

BAB II PEMBAHASAN

Pengertian Manajemen Strategi...............................................................

Proses Manajemen Strategik......................................................................

Pemeriksaan Strategi................................................................................

Sistem perencanaan Strategi ...................................................................

BAB III

Sejarah Perusahaan ....................................................................................

Visi Misi Perusahaan.................................................................................

Manajemen Strategi Perusahaan ...............................................................

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan ...............................................................................................

Saran...........................................................................................................

**BAB. I**

**PENDAHULUAN**

**1.1. Latar Belakang**
           Manajemen strategi merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakanya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran didalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan. Sedangkan pengertian manajemen strategi menurut Hadar Nawawi (2005;148-149), adalah perencanaan berskala besar (disebut perencanaan strategi) yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (disebut visi), dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil, agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (disebut misi), dalam usaha menghasilkan sesuatu (perencanaan operasional untuk menghasilkan barang dan / atau jasa serta pelayanan) yang berkualitas, dengan diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan (disebut tujuan strategis) dan berbagai sasaran (tujuan operasional) organisasi.
Komponen pertama adalah perencanaan strategi dengan unsur-unsurnya yang terdiri dari visi, misi, tujuan dan strategi utama organisasi. Sedangkan komponen kedua adalah perencanaan operasional dengan unsur-unsurnya sasaran dan tujuan operasional, pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen berupa fungsi pengorganisasian, fungsi pelaksanaan dan fungsi penganggaran, kebijaksanaan situasional, jaringan kerja internal dan eksternal, fungsi kontrol dan evaluasi serta umpan balik.
Analisis lingkungan adalah suatu proses monitoring terhadap lingkungan organisasi yang bertujuan untuk mengidentifikasikan peluang (opportunities) dan tantangan (threads) yang mempengaruhi kemampuan organisasi untuk mencapai tujuannya. Tujuan dilakukan analisis lingkungan adalah mengantisipasi lingkungan organisasi sehingga dapat berreaksi secara cepat dan tepat untuk mensukseskan organisasi. Analisis lingkungan adalah suatu proses yang digunakan perencanan-perencanaan strategi untuk memantau lingkungan dalam menentukan peluang atau ancaman.
Alfred Chandler mengatakan bahwa strategi adalah suatu penentuan sasaran dan tujuan dasar jangka panjang dari suatu organisasi (perusahaan) serta pengadopsian seperangkat tindakan serta alokasi sumber-sumber yang perlu untuk mencapai sasaran-sasaran tersebut.

**1.2. Perumusan Masalah**       Dalam rangka untuk mempertajam telaah makalah ini, penyusun mengambil suatu permasalahan mendasar, yaitu : bagaimana manajemen strategi dapat diterapkan dan di implementasikan didalam suatu perusahaan atau organisasi sehingga keputusan manajerial dan kegiatan-kegiatan yang mengarah pada penetapan kinerja jangka panjang organisasi atau perusahaan tersebut.

**1.3. Tujuan Penulisan Makalah**
   Makalah ini bertujuan untuk memberikan gambaran singkat tentang proses perencanaan manajemen strategi dilingkungan organisasi dan perusahaan serta, memberikan gambaran dikalangan mahasiswa tentang Manajemen Strategi yang merupakan keputusan manajerial dan kegiatan-kegiatan yang mengarah pada penetapan kinerja jangka panjang organisasi, yang meliputi analisa lingkungan internal dan eksternal, disertai perumusan visi dan misi serta tujuan organisasi guna menghadapi lingkungan tersebut.

**BAB. II.**

**PEMBAHASAN**

         Pengertian yang cukup luas manajemen strategi menunjukkan bahwa manajemen merupakan suatu sistem yang sebagai satu kesatuan memiliki berbagai komponen yang saling berhubungan dan saling mempengaruhi, dan bergerak secara serentak kearah yang sama pula. Komponen pertama adalah Perencanaan Strategi dengan unsur-unsurnya yang terdiri dari Visi, Misi, Tujuan strategi organisasi. Sedang komponen kedua adalah Pelaksanaan Operasional dengan unsur-unsurnya adalah sasaran atau Tujuan Operasional, Pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen berupa fungsi pengorganisasian, fungsi pelaksanaan dan fungsi penganggaran, kebijaksanaan situasional, jaringan kerja internal dan eksternal, fungsi kontrol dan evaluasi serta umpan balik.
Model proses manajemen strategi meliputi tiga tahap :
1. Tahap formulasi strategi, yaitu pembuatan pernyataan visi, misi, dan tujuan,
2. Tahap implementasi strategi, yaitu proses penterjemahan strategi ke dalam tindakan-tindakan.
3. Tahap evaluasi strategi , yaitu proses evaluasi apakah implementasi strategi dapat mencapai tujuan.

**Visi,Misi, dan Tujuan**
          Setiap organisasi mempunyai tujuan dan alasan yang unik untuk keberadaannya. Keunikan ini harus dicerminkan dalam visi dan misi. Pernyataan visi yang baik mengungkapkan pelanggan, produk atau jassa, teknologi, pasar, pemikiran untuk bertahan hidup (pertumbuhan dan keuntungan), pemikiran untuk karyawan,
pemikiran untuk citra publik/masyarakat, dan perusahaan. Terdapat delapan karakteristik dasar yang berfungsi sebagai kerangka kerja praktis untuk mengevaluasi dan menuliskan pernyataan misi. Ada 4 Proses perumusan Visi yaitu :
1. Tentukan rentang waktu dan lingkup analisis secara tepat.
2. Identifikasi trend sosial, ekonomi, politik, dan teknologi yang akan mempengaruhi masa depan
3. Identifikasi kondisi persaingan
4. Evaluasi sumber daya dan kapabilitas internal.
Adapun MISI yang ingin dicapai oleh suatu Perusahaan / Organisasi yakni ;
1. Publik atau pengguna jasa yang hendak dilayani
2. Jasa utama yang ditawarkan
3. Wilayah geografis yang dilayani
4. Komitmen organisasi terhadap pilihan teknologi
5. Komitmen organisasi terhadap alternative tujuan
6. Elemen kunci dalam filosofi organisasi
7. Konsep kedirian dan citra organisasi

**Analisis Lingkungan Makro**
          Analisis lingkungan eksternal merupakan aktivitas memonitor dan mengevaluasi lingkungan eksternal dan internal organisasi kepada orang-orang penting yang ada dalam perusahaan. Lingkungan eksternal dibedakan atas lingkungan makro dan lingkungan industri. Untuk lingkungan tersebut
menggunakan metode SWOT (Strength and weaknesses lingkungan internal, Opportunities and Threats untuk analisa lingkungan eksternal).
Lingkungan makro merupakan lingkungan yang secara tidak langsung mempengaruhi keputusan-keputusan strategi perusahaan dalam jangka panjang. Secara umum lingkungan makro dikategorikan menjadi empat, yaitu :
1. Ekonomi
2. Teknologi
3. Politik dan budaya
4. Sosial budaya

**Analisis Lingkungan Internal**         Dalam proses perumusan strategi sebuah perusahaan perlu melakukan identifikasi dan evaluasi atas lingkungan bisnis perusahaan. Hasil dari identifikasi dan evaluasi tersebut diharapkan perusahaan dapat mengetahui profil keunggulan strategi perusahaan yang dimiliki. Sehingga dengan demikian perusahaan dapat mengantisipasi peluang bisnis dan menyikapi ancaman bisnis yang ada dengan cepat.

**Analisis SWOT**
          Analisis SWOT merupakan alat yang membantu manajer menentukan dan mengembangkan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan. Namun yang perlu diperhatikan bahwa tujuan dalam menentukan strategi yang digunakan dari hasil SWOT adalah pada dasarnya menghasilkan strategi alternative yang layak, bukan untuk menetapkan strategi yang terbaik. Sehingga seorang manajer dapat menilai bahwa tidak semua strategi dalam SWOT dipilih untuk dikembangkan antara lain :

**1. Strategi Integrasi Vertikal**
             Strategi integrasi vertical merupakan strategi yang menghendaki perusahaan melakukan penguasaan yang lebih atas distributor, pemasok dan atau para pesaing baik melalui merjer, aukuisisi, atau membuat perusahaan sendiri. Strategi intergrasi dibedakan menjadi tiga, yaitu:
1. Integrasi ke depan merupakan strategi untuk memperoleh kepemilikan atau meningkatkan kendali atas distributor atau pengecer.
2. Integrasi kebelakang merupakan strategi untuk mencari kepemilikan atau meningkatkan kendali atas perusahaan pemasok
3. Integrasi horizontal merupakan strategi untuk mengendalikan para pesaing
Perusahaan tertarik melakukan integrasi vertical didasarkan atas alasan :
1). Dapat menciptakan kenyamanan bagi pendatang baru.
2). Memberikan fasilitas investasi
3). Menjaga kualitas produk
4). Memperbaiki penjadualan.
Meskipun mempunyai manfaat, strategi integrasi vertical juga memiliki kelemahan, yaitu ;
1. Kelemahan dalam hal biaya
2. Teknologi
3. Adanya permintaan berfuluktuasi

**2. Strategi Diversifikasi**
           Strategi diversifikasi merupakan pendekatan utama strategi pada level koroporasi. Tingkat (level) strategi diversifikasi dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu :
1. Tingkat diversifikasi rendah
2. Tingkat diversifikasi menengah
3. Tingkat diversifikasi tinggi.
Selain itu juga dikenal dengan istilah diversifikasi related (diversfikasi konsentris) dan diversifikasi unrelated (diversifikasi konglomerat dan diversifikasi horizontal). Perusahaan mengimplementasikan strategi diversifikasi, dilandasi alasan dan motif untuk mempertahankan keunggulan strategis, insentif dan sumber daya, serta motif manajerial. Disamping itu juga didorong oleh lingkungan internal (kinerja yang rendah, ketidakpastian aliran kas mendatang, dan semua pengurangan resiko) dan lingkungan eksternal (peraturan pemerintah, ketentuan pajak, atau aturan-aturan yang baru).

**3. Strategi Level Bisnis**
           Untuk dapat mencapai keunggulan bersaing, perusahaan harus melakukan evaluasi lingkungan ekternal, guna mengidentifikasikan peluang, ancaman, dan kemampuan sumber daya internal untuk menentukan kompetensi inti dan strategi yang akan diimplementasikannya, yang disebut dengan strategi level bisnis. Tipe strategi pada level bisnis ini disebut dengan strategi generik, yang terdiri dari:
1. Cost Leadership (keunggulan biaya)
2. Differentiation (diferensiasi/perbedaan)
3. Focussed Low Cost (fokus pada biaya rendah)
4. Focused Differentiation (focus pada diferensiasi) strategi level fungsional.
Penjabaran strategi pada level fungsional memegang peranan yang sangat menentukan atas berhasil tidaknya sasaran strategi bisnis yang telah ditetapkan, oleh karenanya diperlukan suatu penjabaran aktivitas yang sedetail mungkin atas strategi bisnis yang telah dicanangkan. Penjabaran tersebut selaian memudahkan kontrol dari manajer juga memudahkan bagian pelaksana untuk mengimplementasikan.

Pada tingkat strategi fungsional yang cukup strategis adalah
Fungsi produksi dan operasi yang meliputi :
i. Fasiltas dan peralatan
ii. Sumber bahan baku
iii. Perencanaan dan pengendalian produksi
Fungsi pemasaran yang meliputi
i. produk
ii. harga
iii. distribusi
iv. promosi

fungsi keuangan yang meliputi
i. Kebutuhan modal
ii. Alokasi modal
iii. Manajemen dividen dan modal

Fungsi sumber daya manusia yang meliputi
i. Proses rekrutrmen dan orientasi
ii. Pengembangan karir dan pelatihan
iii. Kompensasi evaluasi, disiplin dan pengendalian

Manajemen strategi mempunyai beberapa dimensi atau bersifat multidimensional. Dimensi dimaksud adalah :
1. Dimensi waktu dan orientasi masa depan
Manajemen strategi dalam mempertahankan dan mengembangkan eksistensi suatu organisasi berpandangan jauh ke masa depan, dan berperilaku proaktif dan antisipatif terhadap kondisi masa depan yang diprediksi akan dihadapi. Antisipasi masa depan tersebut dirumuskan dan ditetapkan sebagai visi organisasi yang akan diwujudkan 10 tahun atau lebih massa depan.
Visi dapat diartikan sebagai ‘kondisi ideal yang ingin dicapai dalam eksistensi organisasi dimasa depan”. Sehubungan dengan hal diatas Lonnie Helgerson yang dikutip Salusu menyatakan bahwa “ Visi adalah gambaran kondisi masa depan dari suatu organisasi yang belum tampak sekarang tetapi merupakan konsepsi yang dibuat dibaca oleh setiap orang (anggota organisasi). Visi memiliki kekuatan yang mampu mengundang, memanggil, dan menyerukan pada setiap orang.
untuk memasuki masa depan. Visi organisasi harus dirumuskan oleh manajemen puncak (pucuk pimpinan) organisasi”.

2. Dimensi Internal dan Eksternal
                Dimensi internal adalah kondisi organisasi non profit pada saat sekarang, berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan hambatan yang harus diketahui secara tepat untuk merumuskan renstra yang berjangka panjang. Analisis terhadap lingkungan eksternal terdiri dari lingkungan operasional, lingkungan nasional dan lingkungan global (internal), yang mencakup berbagai aspek atau kondisi, seperti kondisi sosial politik,sosial ekonomi, sosial budaya, kependudukan, kemajuan dan perkembangan ilmu dan teknologi, adat istiadat, agama dan lain-lain.

3. Dimensi Pendayagunaan Sumber-Sumber
                 Sumber daya terdiri dari sumber daya material khususnya berupa sarana dan prasarana, sumber daya finansial dalam bentuk alokasi dana untuk setiap program dan proyek, sumber daya manusia, sumber daya teknologi dan sumber daya informasi.

4. Dimensi Keikutsertaan Manajemen Puncak
             Manajemen strategi yang dimulai dengan menyusun rencana strategi merupakan pengendalian masa depan organisasi, agar eksistensi sesuai dengan visinya dapat diwujudkan, baik pada organisasi yang bersifat privat maupun publik. Rencana strategi harus mampu mengakomodasi seluruh aspek kehidupan organisasi yang berpengaruh pada eksistensinya dimasa depan merupakan wewenang dan tanggungjawab manajemen puncak, karena seluruh kegiatan merealisasikannya merupakan tanggungjawabnya sebagai pimpinan tertinggi, meskipun kegiatannya dilimpahkan pada organisasi atau satuan unit kerja yang relevan.

5. Dimensi Multi Bidang
              Setiap organisasi / perusahaan untuk mengeksploitasi peluang bisnis yang muncul guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sesuai dengan misi yang telah ditentukan. Ini berarti organisasi (bisnis maupun publik) berusaha untuk mengurangi kelemahannya, dan berusaha melakukan adaptasi dengan lingkungannya. Kemudian pengertian ini menunjuk pula untuk mengurangi efek negative yang ditimbulkan oleh ancaman-ancaman. Kemudian komponen pokok manajemen strategi adalah :
a. Analisis lingkungan
b. Analisis profil
c. Strategi untuk mencapai tujuan organisasi (bisnis maupun publik) dengan memperhatikan
d. Misi
Dengan demikian analisis lingkungan sangat penting dalam proses manajemen strategi, karena manajemen startegi bukan untuk melihat peluang-peluang (reaktif terhadap perubahan) tetapi penyusun manajemen strategi haruslah dilihat sebagai usaha untuk mengetahui sedini mungkin kekuatan dan kelemahan organisasi (bisnis/publik) agar organisasi mampu bertahan (survive) menghadapi perubahan lingkungan secara terus menerus.

Dengan demikian, analisis lingkungan bisnis hanya berusaha mengumpulkan dan menganalisis sejumlah variabel secara terbata (finite). Analisis lingkungan bisnis hendaknya tidak sampai terjerumus untuk berusaha menganalisis sebanyak mungkin variabel (infinite) lingkungan perlu dianalisis karena:
1). Agar pembuat strategi dapat mengantisipasi setiap kesempatan dan membantu mengembangkan sistem pemecahan tujuan perusahaan/organisasi.
2). Untuk dapat mengefektifkan proses manajemen strategi, karena dengan melakukan analisis lingkungan hasil yang akan diperoleh lebih efektif.
3). Untuk membantu manajer dalam meramalkan dampak lingkungan terhadap perkembangan perusahaan. Terkumpulnya berbagai organisasi dari lingkungan, memudahkan untuk membuat perencanaan jangka panjang.

Analisis lingkungan dilakukan dengan 3 (tiga) cara, yaitu :
1). Menganalis hubungan antara strategi perusahaan dan tanggapan terhadap lingkungan, yang dipakai sebagai landasan untuk membandingkan strategi yang sedang berjalan dengan strategi yang potensial yang akan datang.
2). Menganalisis kecenderungan faktor dan masalah utama yang potensial yang akan datang.
3). Mencoba meramalkan kemungkinan yang akan terjadi pada masa akan datang terhadap lingkungan.

Pada dasarnya struktur lingkungan dapat dibagi atau dibedakan menjadi dua elemen utama, yaitu :
1. Lingkungan eksternal (Makro)
2. Lingkungan internal (Mikro)

II.5. PERENCANAAN STRATEGIS
             Kegiatan pokok perencanaan strategis terdiri dari 4 (empat) elemen pokok:
1. Environmental scanning (Adaptasi terhadap lingkungan )
2. Strategi formulation (Formulasi Strategi)
3. Strategi implementation (pelaksanaan Strategi)
4. Evaluation dan control (Telaah dan Pengawasan)
Pilar strategi dalam organisasi Pemda (Moore, 1995:71)
1. Secara mendasar bernilai (substantively valuable); Pemda harus menghasilkan sesuatu yang bernilai bagi lembaga pengawas, pengguna jasa (klien), dan masyarakat dengan biaya murah.
2. Absah dan secara politis dapat diterima (legitimate and politically sustainable); Pemda harus bisa mendapatkan mandat maupun dana serta bertanggungjawab terhadap institusi politik yang ada.
3. Secara operasional dan administrative dapat dilaksanakan (operationally and administratively feasibel); kewenangan dan kegiatan yang direncanakan dapat dilaksanakan dalam organisasi yang ada atau dengan bantuan pihak-pihak lain yang membantu organisasi Pemda.

II.6.IMPLEMENTASI STRATEGI
              Program; aktivitas atau langkah-langkah yang disusun secara sistematis sebagai penjabaran dari strategi. Anggaran; gambaran rinci tentang sumber dana yang dibutuhkan dan bagaimana penggunaannya.
Prosedur; sering disebut SOP, sistem dari langkah atau teknik yang berurutan tentang bagaimana suatu pekerjaan atau tugas dikerjakan
Standar Kinerja; ukuran target bersifat kuantitatif maupun kualitatif dari program yang dilaksanakan untuk mengetahui keberhasilan atau pencapaiannya.
Hubungan antar tingkat akhir (tujuan & sasaran) dengan alat pencapaiannya (strategi dan taktik) tidaklah mudah. Keberadaan manajemen strategi tidak untuk mendikte tujuan, sebaliknya tujuan dan sasaran harus dipengaruhi oleh peluang yang tersedia, ada beberapa yang perlu diperhatikan dalam usaha pencapaian tujuan dalam perencanaan manajemen strategi antara lain :

1. Efektif dan efesiensi
                 Manajemen strategi disebut efektif jika hasil yang dicapai seperti yang di inginkan. Karena kebanyakan situasi yang memerlukan analisa strategi tidak statis melainkan interaktif dan dinamis, maka hubungan antara penyebab dan hasilnya tidak tetap atau pasti. Sebaliknya taktik adalah tindakan nyata yang diambil oleh pelaku dan sepenuhnya berada dibawah pengawasan pelaku. Kebalikan dari strategi, taktik adalah internal dan kriteria yang digunakan bukanlah keefektifan melainkan efesiensi

2. Keputusan dan Emplementasi
             Keputusan manajemen strategi tidak berarti apa-apa tanpa implementasi. Strategi tergantung pada kemungkinan dan taktik yang potensial. Keputusan strategi harus dapat mencapai tujuannya. Aturan dalam manajemen strategi persaingan :
o Proses berfikir yang mendahului tindakan
o Pengetahuan mengenai jumlah merupkan kunci penting.
o Menejemen strategi tindakan yang dilakukan dengan cepat akan mendominasi yang lambat.
o Kemenangan harus menunjukkan nilai dari tujuan
o Menyerang hanya terhadap yang dapat diserang.
o Bertahan adalah bentuk terkuat dari persaingan
o Superioritas dalam faktor persaingan yang mendasar adalah segalanya.
o Tidak terkalahkan adalah merupakan pertahanan yang sebenarnya.
o Menajemen strategi membutuhkan pengembangan kekuatan yang unik.

3. Pertumbuhan dan Struktur Organisasi
                 Tahap implementasi strategi memerlukan pertimbangan dalam penyusunan struktur organisasi, karena keselarasan struktur dengan strategi merupakan satu hal yang penting untuk tercapainya implementasi strategi. Pertumbuhan organisasi terjadi kala skala organisasi berkembang. Pertumbuhan yang terjadi bisa vertical dan bisa juga horizontal. Pertumbuhan organisasi menghasilkan berbagai bentuk struktur organisasi seperti stuktur fungsional, divisional geografis, organisasi unit bisnis, organisasi matrik dan struktur organisasi horizontal. Masing-masing struktur tersebut mempunyai kelebihan dan kelemahan masing-masing.

4. Kepemimpinan dan Budaya Organisasi
              Budaya organisasi sesungguhnya tumbuh karena diciptakan dan dikembangkan oleh individu-individu yang bekerja dalam suatu organisasi, yang diterima sebagai nilai-nilai yang harus dipertahankan dan diturunkan kepada setiap anggota baru. Nilai-nilai tersebut digunakan sebagai pedoman bagi setiap anggota selama mereka berada dalam lingkungan organisasi tersebut, dan dapat dianggap sebagai ciri khas yang membedakan sebuah organisasi lainnya.
 **III. KESIMPULAN**
Manajemen strategi adalah cara terbaik untuk mencapai beberapa sasaran. Untuk menentukan mana yang terbaik tersebut akan tergantung dari kriteria yang digunakan. Sedangkan taktik adalah pilihan-pilihan yang dimiliki dalam mengimplementasikan sebuah strategi. Pilihan-pilihan manajemen strategi ini akan bekerja atau tidak bekerja tergantung dari kriteria yang digunakan dan pilihan-pilihan tersebut adalah yang berlangsung lama, tidak mudah diubah dan mencakup situasi yang sangat terstruktur.
Tujuan manajemen strategi pada umumnya didefinisikan sebagai sesuatu yang ingin dicapai dalam jangka panjang; seperti bertahan hidup, keamanan dan memaksimalkan profit. Sasaran lebih nyata yaitu pencapaian hal-hal yang penting untuk mencapai tujuan. Mencapai sasaran akan lebih mendekatkan pada tujuan. Sasaran pada umumnya lebih spesifik dan harus dapat diukur dan biasanya mencakup kerangka target dan waktu.
Manajemen strategi juga merupakan himpunan keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan manajerial yang menentukan kinerja jangka panjang sesuatu organisasi. Manajemen strategi sebagai bidang studi mencakup perhatian yang intergratif mengenai kebijakan organisasi publik dengan penekanan yang lebih berat kepada lingkungan dan strategi.
Disamping itu pengertian manajemen strategi yang telah disebutkan terakhir dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu ;
1. Manajemen strategi diwujdukan dalam bentuk perencanaan berskala besar dalam arti mencakup seluruh komponen dilingkungan sebuah organisasi yang dituangkan dalam bentuk rencana strategis (Renstra) yang dijabarkan menjadi perencanaan operasional, yang kemudian dijabarkan pula dalam bentuk program kerja dan proyek tahunan.
2. Renstra berorientasi pada jangkauan masa depan.
3. Visi, misi, pemilihan strategi yang menghasilkan strategi induk, dan tujuan strategi organisasi untuk jangka panjang merupakan acuan dalam merumuskan rencana strategi, namun dalam teknik penempatannya sebagai keputusan manajeman puncak secara tertulis semua acuan terdapat didalamnya.
4. Renstra dijabarkan menjadi rencana operasional yang antara lain berisi program-program operasional termasuk proyek-proyek, dengan sasaran jangka sedang masing-masing juga sebagai keputusan manajemen puncak.
5. Penetapan Renstra dan rencana operasi harus melibatkan manajemen puncak karena sifatnya sangat mendasar/prinsipil dalam pelaksanaan seluruh misi organisasi, untuk mewujudkan, mempertahankan dan mengembangkan eksistensi jangka sedang termasuk panjangnya.
6. Pengimplementasian strategi dalam program-program termasuk proyek-proyek untuk mencapai sasarannya masing-masing dilakukan melalaui fungsi-fungsi manajeman lainnya yang mencakup pengorganisasian, pelaksanaan, penganggaran dan kontrol.

Terima Kasih