



UNIVERSITAS MEDAN AREA

PUSAT GRAFIKA DAN HAK CIPTA (PGHC)

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223

Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122

Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

e-mail : lp2m_uma@yahoo.co.id Website : www.pghc.uma.ac.id

Nomor : 188/PGHC/01.3/V/2024
Lampiran : 2 Lembar
Hal : Permohonan
a. ISBN/Barcode untuk buku

11 Juni 2024

Kepada
Yth. Kepala Pusat Bibliografi dan Pengolahan Bahan Perpustakaan
Perpustakaan Nasional RI

Bersama ini kami atas nama,

Penerbit : Universitas Medan Area Press
Penanggung jawab : PGHC (Pusat Grafika dan Hak Cipta) Universitas Medan Area
Admin : Aldi Subhan Lubis, SH.,M.Kn

Mengajukan permohonan ISBN untuk,

Judul : Manajemen Strategi
Kepengarangan : Dr. Ir. Muhammad Yamin Siregar, MM
Dr.Ir. Tohap Parulian Sihombing, M.Si
Alfifto, SE, M.Si

Link/Akses : <https://pghc.uma.ac.id/manajemen-strategi/>
Ketersediaan buku : 100

Bersamaan ini kami lampirkan dummy buku dan Surat Pernyataan Keaslian Karya dari Penulis.

Demikian permohonan ini kami ajukan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Aldi Subhan Lubis, S.H., M.Kn
Ka. Pusat Grafika dan Hak Cipta

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertandatangan di bawah ini :

1. *Nama : Dr. Ir. Muhammad Yamin Siregar, MM
Alamat : Komplek Taman Setiabudi Indah 2 (Tasbi 2) Blok III No. 57 Medan
NIK : 1271112411650003
Telp./HP : 082277200439

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa :

Judul : Manajemen Strategi
**Nama Penulis : 1. Dr. Ir. Muhammad Yamin Siregar, MM
2. Dr. Ir. Tohap Parulian, M.Si
3. Alfito, SE, M.Si
:

adalah benar merupakan karya asli yang dibuat untuk diterbitkan dan disebarluaskan secara umum, melalui :

Penerbit : UMA PRESS
Alamat : Jl. Kolam No 1 Medan Estate

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya serta akan menjadi pertanggungjawaban kami jika terdapat penyalahgunaan dan akibat yang ditimbulkannya.

Medan, 7 Juni 2024

Penanggung Jawab Penerbit,


Aldi Subhan Lubis, S.H., M.Kn
Ka. Pusat Grafika dan Hak Cipta



***Dr. Ir. Muhammad Yamin Siregar, MM

Ket :

***Hanya Penulis Pertama**

****Semua Nama Penulis**

*****Yang bertanda tangan penulis pertama**

BUKU AJAR

MANAJEMEN STRATEGI

Dr. Ir. Muhammad Yamin Siregar, MM
Dr. Ir. Tohap Parulian, M.Si
Alfifto, SE, M.Si

Medan Area University Press
2024

MANAJEMEN STRATEGI

Authors:

Dr. Ir. Muhammad Yamin Siregar, MM

Dr. Ir. Tohap Parulian, M.Si

Alfifto, SE. M.Si

Desain Cover :

Amril Yusuf Harahap, S.Kom

Lay Out :

Dr. Ir. Muhammad Yamin Siregar, MM

Anggita Mutiara Sari Siregar, Amd.Pjk

Editor :

Dr. Ir. Muhammad Yamin Siregar, MM

Aldhi Subhan Lubis, SH.M.Kn

Publisher:

Medan Area University Press

Kolam Street, Number 1 Medan Estate

Postal Code: 20223. Fax: 0617368012

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, buku yang berjudul Manajemen Strategi telah selesai disusun.

Manajemen strategi diwujudkan dalam bentuk perencanaan berskala besar dan sifatnya jangka panjang (*long-term*) mencakup seluruh komponen di lingkungan 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.

Materi yang disajikan dalam buku ini menyangkut konsep dasar manajemen strategik, formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Dalam memformulasikan dan implementasi strategi tentunya kita harus memperhatikan lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan sehingga perusahaan bisa menyusun pola atau cara yang tepat untuk menghadapi dunianya (pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan lainnya). Dilanjutkan dengan penjelasan tiga tingkatan strategi di perusahaan meliputi: Strategi Tingkat Korporat, Strategi Tingkat Bisnis, dan Strategi Tingkat Fungsional. Pada setiap bab dilengkapi dengan soal-soal kasus (*Case Method*), dan soal diskusi.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dan mendukung kelancaran penyelesaian buku ini. Ucapan terimakasih terutama kami sampaikan kepada kolega staf pengajar FEB UMA Prodi Manajemen yang telah memberikan dorongan moril maupun spiritual untuk penyelesaian buku ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan buku Manajemen Strategi ini masih memiliki banyak kekurangan. Demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang, saran perbaikan dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Medan, Maret 2024

Muhammad Yamin Siregar

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB 1 KONSEP DASAR MANAJEMEN STRATEGIK	1
BAB 2 FORMULASI STRATEGI	19
BAB 3 LINGKUNGAN EKSTERNAL.....	41
BAB 4 LINGKUNGAN INTERNAL PERUSAHAAN	51
BAB 5 STRATEGI TINGKAT KORPORAT.....	68
BAB 6 STRATEGI TINGKAT BISNIS.....	104
BAB 7 STRATEGI TINGKAT FUNGSIONAL	117
BAB 8 ANALISIS DAN PILIHAN STRATEGI	129
DAFTAR PUSTAKA	145

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbedaan Taktik dan Strategi	3
Tabel 2. 1 Penjualan dalam Rupiah PT. Duta Prima periode waktu 1989-1991	37
Tabel 2. 2 Jumlah Penjualan dalam unit antara tahun 1987-1990 adalah sbb:.....	37
Tabel 2. 3 The amount of Battery Factory and Production Capacity in the year 1990.....	38
Tabel 3. 1 Segmen dan elemen lingkungan umum	43
Tabel 4. 1 Jenis Keunggulan Kompetitif	62
Tabel 6. 1 Basis Segmentasi Pelanggan.....	105
Tabel 8. 1 Analisis internal	134
Tabel 8. 2 Analisis eksternal	135
Tabel 8. 3 The External Factor Evaluation Matrix	137
Tabel 8. 4 The Internal Factor Evaluation Matrix (IFE Matrix)..	139
Tabel 8. 5 The Competitive Profile Matrix.....	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perbedaan Strategi dan Taktik	3
Gambar 1. 2 Proses Manajemen Strategik	11
Gambar 1. 3 Proses Manajemen Strategik & Pokok bahasan.....	14
Gambar 2. 1 Klassifikasi Stakeholder	26
Gambar 2. 2 Formulasi Strategi	30
Gambar 2. 3 Tiga Tingkatan Strategi.....	32
Gambar 3. 1 Lingkungan Eksternal	42
Gambar 3. 2 Model 5 Kekuatan Persaingan-	45
Gambar 3. 3 Komponen Analisis Pesaing	50
Gambar 4. 1 Porter's Value Chain Model.....	57
Gambar 4. 2 Industry's Value Chain dan Company's Value Chain in Manufacturing	61
Gambar 5. 1 Strategi Penetrasi Pasar dan Pengembangan Pasar Perencanaan Anggaran Biaya Operasional, Tujuan Penggunaan, Peran Manajer dan Parameter Keberhasilan.	72
Gambar 5. 2 Strategi Pengembangan Produk dan Pengembangan Pasar	72
Gambar 5. 3 Market Share sebelum Integrasi Horizontal.....	77
Gambar 5. 4 Market Share setelah Integrasi Horizontal	78
Gambar 5. 5 Rantai Nilai Strategi Integrasi Vertikal.....	79
Gambar 5. 6 Ilustrasi Integrasi Maju dan Mundur dalam industri mobil	81

Gambar 5. 7 Ansoff Matrix.....	82
Gambar 5. 8 Jenis-jenis Strategi pada Strategi Tingkat Korporat..	90
Gambar 5. 9 BCG Matrix.....	93
Gambar 5. 10 GE Matrix.....	95
Gambar 6. 1 Strategi Bersaing Tingkat Bisnis.....	106
Gambar 6. 2 Aktivitas Menciptakan Nilai pada Strategi Kepemimpinan Biaya.....	108
Gambar 6. 3 Aktivitas Menciptakan Nilai pada Strategi Diferensiasi	110
Gambar 8. 1 SO Strategies	141
Gambar 8. 2 WO Strategies	141
Gambar 8. 3 ST Strategies	142
Gambar 8. 4 WT Strategies.....	142
Gambar 8. 5 Samsung SWOT Matrix.....	143