

The Nature Of Strategic Management

Randy Agung Nugraha¹, Siti Khadijah Sanggo², Eliyanti Agus Mokodompit³

^{1,2,3} Jurusan Magister Manajemen, Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia
e-mail: randynusa18@gmail.com

Abstrak

Manajemen strategis merupakan pendekatan yang sangat penting dalam pengelolaan organisasi modern yang berperan dalam menentukan arah, tujuan, serta keberlanjutan organisasi dalam jangka panjang. Perkembangan lingkungan bisnis yang semakin dinamis, kompleks, dan penuh ketidakpastian, yang ditandai dengan globalisasi, kemajuan teknologi, serta meningkatnya tingkat persaingan, menuntut organisasi untuk memiliki kemampuan dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi secara efektif dan adaptif. Tanpa strategi yang tepat, organisasi akan mengalami kesulitan dalam mempertahankan kinerja dan daya saingnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif hakikat manajemen strategis melalui pendekatan studi literatur guna memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai konsep, proses, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi organisasi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik studi pustaka terhadap berbagai sumber ilmiah yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa manajemen strategis merupakan suatu proses yang terdiri dari analisis lingkungan internal dan eksternal, perumusan strategi, implementasi strategi, serta evaluasi strategi yang dilakukan secara berkelanjutan. Keberhasilan manajemen strategis sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan sumber daya, beradaptasi terhadap perubahan lingkungan, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Selain itu, faktor kepemimpinan, budaya organisasi, serta pemanfaatan teknologi juga menjadi elemen penting dalam mendukung implementasi strategi yang efektif. Dengan demikian, penerapan manajemen strategis yang baik dapat membantu organisasi dalam mencapai tujuan jangka panjang serta meningkatkan daya saing secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Manajemen Strategis, Strategi Organisasi, Perencanaan Strategis, Keunggulan Kompetitif

Abstract

Strategic management is a crucial approach in managing modern organizations as it plays a significant role in determining organizational direction, objectives, and long-term sustainability. The increasingly dynamic, complex, and uncertain business environment, characterized by globalization, technological advancements, and intensified competition, requires organizations to develop and implement effective and adaptive strategies. Without appropriate strategies, organizations may struggle to maintain performance and competitiveness. This study aims to comprehensively examine the nature of strategic management through a literature review approach in order to gain deeper insights into its concepts, processes, and key determinants of organizational success. The research employs a qualitative method using a literature study of relevant academic sources. The findings reveal that strategic management is a continuous process consisting of environmental analysis, strategy formulation, strategy implementation, and strategy evaluation. The success of strategic management is strongly influenced by an organization's ability to integrate resources, adapt to environmental changes, and create sustainable competitive advantages. In addition, leadership, organizational culture, and the utilization of technology play important

roles in supporting effective strategy implementation. Therefore, the proper application of strategic management can help organizations achieve long-term goals and enhance their competitive position in a sustainable manner.

Keywords: Strategic Management, Organizational Strategy, Strategic Planning, Competitive Advantage.

LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang berkembang pesat, organisasi dihadapkan pada lingkungan bisnis yang semakin kompleks, dinamis, dan penuh ketidakpastian. Perubahan teknologi yang cepat, meningkatnya persaingan global, serta perubahan perilaku konsumen menuntut organisasi untuk mampu beradaptasi secara efektif agar tetap bertahan dan berkembang. Kondisi ini menjadikan manajemen strategis sebagai pendekatan yang sangat penting dalam mengarahkan organisasi menuju pencapaian tujuan jangka panjang secara berkelanjutan (Rothaermel, 2021; Wheelen et al., 2023).

Manajemen strategis tidak hanya berfungsi sebagai alat perencanaan, tetapi juga sebagai kerangka kerja yang membantu organisasi dalam memahami lingkungan bisnis serta menentukan langkah-langkah strategis yang tepat. Proses manajemen strategis melibatkan serangkaian kegiatan yang sistematis, mulai dari analisis lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, hingga evaluasi strategi yang dilakukan secara berkelanjutan (Grant, 2022; David & David, 2020).

Analisis lingkungan merupakan tahap awal yang sangat penting dalam manajemen strategis. Pada tahap ini, organisasi melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal dan internal yang dapat mempengaruhi kinerja organisasi. Analisis eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan bisnis, sedangkan analisis internal bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi (Johnson et al., 2020; Yüksel, 2021).

Dalam konteks modern, perubahan lingkungan bisnis tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan persaingan, tetapi juga oleh perkembangan teknologi digital yang sangat pesat. Transformasi digital telah mengubah cara organisasi dalam menjalankan bisnis, mulai dari proses produksi hingga interaksi dengan pelanggan. Oleh karena itu, organisasi dituntut untuk mampu mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi bisnis agar dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing (Vial, 2021; Bharadwaj et al., 2020).

Selain itu, keunggulan kompetitif menjadi tujuan utama dari manajemen strategis. Organisasi yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif akan memiliki posisi yang lebih kuat dalam menghadapi persaingan. Keunggulan ini dapat diperoleh melalui pengelolaan sumber daya yang efektif, inovasi, serta kemampuan dalam merespons perubahan lingkungan (Barney et al., 2021; Hitt et al., 2020).

Namun demikian, dalam praktiknya masih banyak organisasi yang mengalami kegagalan dalam menerapkan strategi yang telah dirumuskan. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya pemahaman terhadap lingkungan bisnis, ketidaksesuaian antara strategi dan sumber daya, serta lemahnya implementasi strategi (Anwar & Hasnu, 2020). Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk memahami secara komprehensif konsep manajemen strategis serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam konsep manajemen strategis melalui pendekatan studi literatur dengan mengintegrasikan berbagai teori dan hasil penelitian terbaru. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya pemahaman mengenai manajemen strategis serta implikasinya terhadap kinerja organisasi di era modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur. Studi literatur merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengkaji berbagai sumber pustaka yang berkaitan dengan topik penelitian. Sumber pustaka yang digunakan dalam penelitian ini meliputi buku teks manajemen strategis, artikel jurnal ilmiah, serta laporan penelitian yang relevan dengan konsep manajemen strategis. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri berbagai literatur yang membahas mengenai konsep dan praktik manajemen strategis. Literatur tersebut diperoleh dari berbagai sumber akademik seperti database jurnal ilmiah, perpustakaan digital, serta buku referensi yang berkaitan dengan bidang manajemen strategis. Setelah literatur terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap isi literatur tersebut. Analisis dilakukan dengan cara mengidentifikasi konsep-konsep utama yang berkaitan dengan manajemen strategis serta mengkaji hubungan antara konsep-konsep tersebut. Proses analisis ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hakikat manajemen strategis. Pendekatan studi literatur dipilih dalam penelitian ini karena memungkinkan peneliti untuk mengintegrasikan berbagai perspektif teoritis yang berkaitan dengan manajemen strategis. Dengan mengkaji berbagai literatur yang relevan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai konsep dan perkembangan manajemen strategis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen strategis merupakan suatu pendekatan yang bersifat komprehensif dan integratif dalam mengelola organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang secara efektif dan berkelanjutan. Dalam praktiknya, manajemen strategis tidak hanya dipahami sebagai proses perencanaan, tetapi juga sebagai suatu sistem yang mencakup analisis, formulasi, implementasi, serta evaluasi strategi yang saling berkaitan satu sama lain (Grant, 2022; Rothaermel, 2021). Perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis menuntut organisasi untuk tidak hanya memiliki strategi yang tepat, tetapi juga kemampuan dalam menyesuaikan strategi tersebut secara berkelanjutan sesuai dengan perkembangan lingkungan (Wheelen et al., 2023).

Lingkungan eksternal memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap proses manajemen strategis. Organisasi harus mampu mengidentifikasi berbagai peluang dan ancaman yang berasal dari luar, seperti perubahan kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, perkembangan teknologi, serta dinamika persaingan industri (Johnson et al., 2020; Yüksel, 2021). Dalam era digital saat ini, faktor teknologi menjadi salah satu elemen utama yang mempengaruhi strategi organisasi. Transformasi digital telah mengubah cara organisasi dalam menciptakan nilai, berinteraksi dengan pelanggan, serta mengelola proses bisnis (Vial, 2021; Bharadwaj et al., 2020). Oleh karena itu, organisasi yang mampu memanfaatkan teknologi secara optimal akan memiliki keunggulan dalam menghadapi persaingan.

Selain faktor eksternal, kondisi internal organisasi juga memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan strategi. Analisis lingkungan internal bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi, khususnya dalam hal sumber daya dan kapabilitas (Barney et al., 2021). Sumber daya yang bersifat unik, bernilai, serta sulit ditiru akan memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi organisasi. Di samping itu, konsep kapabilitas dinamis menunjukkan bahwa organisasi harus mampu mengembangkan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan secara cepat dan efektif (Teece, 2020; Eisenhardt & Martin, 2021). Dengan demikian, keberhasilan strategi sangat bergantung pada kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya secara optimal.

Dalam mengintegrasikan analisis internal dan eksternal, organisasi sering menggunakan berbagai alat analisis strategis, salah satunya adalah analisis SWOT. Analisis ini membantu organisasi dalam mengidentifikasi hubungan antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara sistematis (Gürel & Tat, 2020). Melalui pendekatan ini, organisasi dapat merumuskan strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang

serta meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi (Yüksel, 2021). Dengan demikian, analisis SWOT menjadi salah satu alat yang efektif dalam mendukung proses pengambilan keputusan strategis.

Keunggulan kompetitif merupakan tujuan utama dari penerapan strategi dalam organisasi. Organisasi yang mampu menciptakan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pesaing akan memiliki posisi yang lebih kuat dalam pasar (Grant, 2022). Keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui berbagai strategi, seperti diferensiasi produk, efisiensi biaya, maupun fokus pada segmen pasar tertentu (Kiple et al., 2020). Dalam konteks modern, keunggulan kompetitif juga semakin dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam memanfaatkan teknologi digital serta melakukan inovasi secara berkelanjutan (Verhoef et al., 2021). Oleh karena itu, organisasi perlu mengintegrasikan inovasi dalam strategi yang dirumuskan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam proses pengambilan keputusan strategis. Penggunaan data analytics memungkinkan organisasi untuk memperoleh informasi yang lebih akurat dan relevan dalam menentukan strategi yang tepat (Chen et al., 2021). Keputusan yang berbasis data cenderung lebih objektif dan mampu mengurangi tingkat ketidakpastian dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi modern tidak hanya didasarkan pada intuisi manajerial, tetapi juga didukung oleh analisis data yang komprehensif (Bharadwaj et al., 2020).

Transformasi digital juga telah mendorong munculnya berbagai model bisnis baru yang lebih inovatif dan fleksibel. Organisasi yang mampu mengadopsi teknologi digital akan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas jangkauan pasar (Vial, 2021). Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan organisasi untuk meningkatkan kualitas layanan serta pengalaman pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Verhoef et al., 2021). Dengan demikian, integrasi teknologi digital dalam strategi organisasi menjadi suatu keharusan dalam menghadapi persaingan global.

Dalam proses pemilihan strategi, organisasi perlu mempertimbangkan berbagai alternatif strategi yang tersedia serta menyesuaikannya dengan kondisi internal dan eksternal organisasi (Rothaermel, 2021). Pemilihan strategi yang tepat akan membantu organisasi dalam mengalokasikan sumber daya secara efisien serta meningkatkan efektivitas operasional. Selain itu, organisasi juga perlu mempertimbangkan risiko yang mungkin timbul dari setiap alternatif strategi yang dipilih (Khan, 2021). Oleh karena itu, proses pemilihan strategi harus dilakukan secara hati-hati dan berdasarkan analisis yang mendalam.

Implementasi strategi merupakan tahap yang sangat krusial dalam manajemen strategis. Banyak organisasi yang gagal mencapai tujuan strategis bukan karena kesalahan dalam perumusan strategi, tetapi karena kelemahan dalam implementasi strategi (Anwar & Hasnu, 2020). Implementasi strategi memerlukan dukungan dari berbagai faktor, seperti kepemimpinan yang efektif, budaya organisasi yang mendukung, serta sistem komunikasi yang baik (Hitt et al., 2020). Tanpa dukungan tersebut, strategi yang telah dirumuskan dengan baik tidak akan memberikan hasil yang optimal.

Kepemimpinan strategis memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan implementasi strategi. Pemimpin yang visioner dan adaptif akan mampu mengarahkan organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan serta memastikan bahwa strategi yang telah dirumuskan dapat diimplementasikan dengan baik (Hitt et al., 2020). Selain itu, budaya organisasi juga menjadi faktor penting dalam mendukung implementasi strategi. Budaya yang mendukung inovasi dan pembelajaran akan mempermudah organisasi dalam menyesuaikan strategi dengan perubahan lingkungan (Schein, 2021).

Evaluasi strategi merupakan tahap akhir dalam proses manajemen strategis yang bertujuan untuk menilai efektivitas strategi yang telah diimplementasikan. Evaluasi ini dilakukan melalui pengukuran kinerja organisasi serta identifikasi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi (Wheelen et al., 2023). Evaluasi yang dilakukan secara

berkelanjutan akan membantu organisasi dalam melakukan perbaikan strategi serta menyesuaikan strategi dengan perubahan lingkungan.

Dalam perkembangan terbaru, konsep keberlanjutan juga menjadi bagian penting dalam manajemen strategis. Organisasi tidak hanya dituntut untuk mencapai keuntungan ekonomi, tetapi juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan (Vial, 2021). Strategi yang berorientasi pada keberlanjutan akan membantu organisasi dalam menciptakan nilai jangka panjang serta meningkatkan reputasi organisasi di mata masyarakat. Selain itu, kolaborasi dan kemitraan strategis juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing organisasi. Organisasi tidak lagi dapat berdiri sendiri, tetapi harus mampu bekerja sama dengan berbagai pihak untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Singh & Gupta, 2022). Kemitraan strategis memungkinkan organisasi untuk memperoleh akses terhadap sumber daya, teknologi, serta pasar yang lebih luas.

Dalam perkembangan manajemen strategis kontemporer, organisasi juga dituntut untuk memiliki kemampuan dalam mengelola strategi berbasis pengetahuan (*knowledge-based strategy*). Pengetahuan menjadi salah satu sumber daya strategis yang paling penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Organisasi yang mampu mengelola, menyimpan, dan mendistribusikan pengetahuan secara efektif akan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam berinovasi dan merespons perubahan lingkungan (Barney et al., 2021; Hitt et al., 2020). Oleh karena itu, pengelolaan pengetahuan tidak hanya menjadi fungsi operasional, tetapi juga menjadi bagian integral dari strategi organisasi.

Selain itu, perkembangan lingkungan bisnis yang semakin kompleks juga mendorong pentingnya fleksibilitas strategi (*strategic flexibility*). Fleksibilitas strategi mengacu pada kemampuan organisasi dalam menyesuaikan strategi secara cepat dan tepat sesuai dengan perubahan kondisi lingkungan. Organisasi yang memiliki fleksibilitas tinggi akan lebih mampu menghadapi ketidakpastian serta memanfaatkan peluang yang muncul secara lebih efektif (Teece, 2020). Dalam konteks ini, fleksibilitas strategi menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan ketahanan organisasi (*organizational resilience*).

Selanjutnya, konsep resiliensi organisasi (*organizational resilience*) juga menjadi semakin relevan dalam manajemen strategis modern. Resiliensi organisasi mencerminkan kemampuan organisasi dalam bertahan, beradaptasi, serta pulih dari berbagai gangguan atau krisis yang terjadi. Organisasi yang resilien tidak hanya mampu menghadapi tekanan eksternal, tetapi juga mampu memanfaatkan situasi tersebut sebagai peluang untuk berkembang (Khan, 2021). Dengan demikian, strategi yang dirumuskan harus mampu meningkatkan kapasitas organisasi dalam menghadapi berbagai risiko dan ketidakpastian.

Dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan strategis, faktor kognitif dan perilaku manajerial juga memiliki pengaruh yang signifikan. Keputusan strategis tidak sepenuhnya bersifat rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi, pengalaman, serta bias yang dimiliki oleh pengambil keputusan (Grant, 2022). Oleh karena itu, organisasi perlu mengembangkan mekanisme pengambilan keputusan yang lebih objektif melalui penggunaan data dan analisis yang komprehensif (Chen et al., 2021).

Lebih lanjut, perkembangan konsep strategi berbasis pemangku kepentingan (*stakeholder-based strategy*) juga menunjukkan bahwa organisasi tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus mempertimbangkan kepentingan berbagai pihak yang terkait dengan organisasi, seperti pelanggan, karyawan, pemerintah, dan masyarakat (Freeman dalam literatur terbaru: Singh & Gupta, 2022). Pendekatan ini menekankan pentingnya keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan sosial dalam merumuskan strategi organisasi.

Selain itu, strategi organisasi juga perlu mempertimbangkan aspek etika dan tata kelola (*corporate governance*). Dalam lingkungan bisnis yang semakin transparan, organisasi dituntut untuk menjalankan aktivitas bisnis secara etis dan bertanggung jawab. Penerapan tata kelola yang baik akan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan serta memperkuat reputasi organisasi (Wheelen et al., 2023). Oleh karena itu, aspek etika harus menjadi bagian dari pertimbangan dalam proses analisis dan pemilihan strategi.

Peran inovasi terbuka (open innovation) juga semakin penting dalam mendukung strategi organisasi. Organisasi tidak lagi hanya mengandalkan sumber daya internal, tetapi juga memanfaatkan ide dan inovasi dari pihak eksternal, seperti pelanggan, mitra bisnis, dan komunitas (Chesbrough, 2020). Pendekatan ini memungkinkan organisasi untuk meningkatkan kemampuan inovasi serta mempercepat proses pengembangan produk dan layanan.

Dalam konteks persaingan global, organisasi juga perlu mengembangkan strategi diferensiasi berbasis nilai (value-based differentiation). Strategi ini menekankan pada penciptaan nilai yang unik bagi pelanggan melalui kombinasi kualitas produk, layanan, serta pengalaman pelanggan yang unggul (Verhoef et al., 2021). Organisasi yang mampu memberikan nilai yang lebih tinggi akan memiliki keunggulan dalam mempertahankan pelanggan serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

Selain itu, perkembangan konsep ekonomi digital dan platform bisnis juga memberikan implikasi signifikan terhadap strategi organisasi. Model bisnis berbasis platform memungkinkan organisasi untuk menghubungkan berbagai pihak dalam satu ekosistem yang saling menguntungkan (Bharadwaj et al., 2020). Hal ini menunjukkan bahwa strategi organisasi perlu disesuaikan dengan perkembangan model bisnis yang semakin berbasis teknologi.

Lebih jauh lagi, pentingnya strategi berkelanjutan (sustainable strategy) semakin mendapat perhatian dalam manajemen strategis. Organisasi tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan jangka pendek, tetapi juga harus mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap lingkungan dan masyarakat (Vial, 2021). Strategi yang berkelanjutan akan membantu organisasi dalam menciptakan nilai jangka panjang serta meningkatkan legitimasi sosial.

Dalam dinamika manajemen strategis yang semakin kompleks, organisasi juga perlu mengembangkan kemampuan orkestrasi sumber daya (resource orchestration) sebagai bagian dari strategi yang efektif. Orkestrasi sumber daya mengacu pada kemampuan manajemen dalam mengatur, mengombinasikan, dan memanfaatkan sumber daya secara optimal untuk menciptakan nilai yang lebih besar. Tidak cukup hanya memiliki sumber daya yang unggul, organisasi juga harus mampu mengelola dan mengintegrasikan sumber daya tersebut secara strategis agar dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Barney et al., 2021; Sirmon dalam pengembangan teori berbasis sumber daya terbaru).

Selain itu, dalam lingkungan bisnis yang semakin berbasis inovasi, organisasi perlu memperkuat strategi berbasis inovasi berkelanjutan (continuous innovation strategy). Inovasi tidak lagi bersifat sporadis, melainkan harus menjadi proses yang berkelanjutan dalam organisasi. Organisasi yang mampu menciptakan inovasi secara terus-menerus akan lebih mampu bertahan dalam persaingan yang ketat serta menghadapi perubahan pasar yang cepat (Verhoef et al., 2021; Bharadwaj et al., 2020). Dalam hal ini, budaya inovasi dan dukungan manajemen menjadi faktor kunci dalam mendorong terciptanya inovasi yang berkelanjutan.

Lebih lanjut, perkembangan strategi berbasis data (data-driven strategy) semakin memperkuat pentingnya penggunaan teknologi dalam manajemen strategis. Data menjadi aset yang sangat berharga dalam membantu organisasi memahami perilaku pelanggan, tren pasar, serta kinerja internal. Organisasi yang mampu mengelola dan menganalisis data secara efektif akan memiliki keunggulan dalam mengambil keputusan strategis yang lebih akurat dan tepat waktu (Chen et al., 2021). Dengan demikian, integrasi antara strategi dan teknologi informasi menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari.

Dalam perspektif organisasi modern, pentingnya employee engagement juga menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan strategi. Keterlibatan karyawan dalam proses implementasi strategi akan meningkatkan komitmen serta produktivitas kerja, sehingga strategi yang telah dirumuskan dapat dijalankan dengan lebih efektif. Karyawan yang memiliki tingkat keterlibatan tinggi cenderung lebih inovatif dan mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian tujuan organisasi (Hitt et al., 2020). Oleh

karena itu, organisasi perlu menciptakan lingkungan kerja yang mendukung partisipasi aktif karyawan dalam proses strategis.

Selain itu, organisasi juga perlu memperhatikan strategi komunikasi internal dalam mendukung implementasi strategi. Komunikasi yang efektif akan memastikan bahwa seluruh anggota organisasi memahami arah dan tujuan strategi yang telah ditetapkan. Kurangnya komunikasi dapat menyebabkan terjadinya kesalahpahaman serta resistensi terhadap perubahan, yang pada akhirnya dapat menghambat keberhasilan strategi (Anwar & Hasnu, 2020). Dengan demikian, komunikasi menjadi elemen penting dalam menyelaraskan visi dan tindakan organisasi.

Dalam konteks globalisasi, organisasi juga dituntut untuk mengembangkan strategi adaptasi lokal (*local responsiveness strategy*). Meskipun globalisasi membuka peluang pasar yang luas, perbedaan budaya, regulasi, serta preferensi konsumen di setiap wilayah menuntut organisasi untuk menyesuaikan strategi yang digunakan. Organisasi yang mampu mengkombinasikan strategi global dengan adaptasi lokal akan memiliki keunggulan dalam bersaing di pasar internasional (Hill et al., 2020).

Lebih jauh lagi, konsep keunggulan kompetitif berbasis pengalaman (*experience-based advantage*) semakin berkembang dalam literatur manajemen strategis. Keunggulan ini diperoleh melalui kemampuan organisasi dalam menciptakan pengalaman yang unik dan bernilai bagi pelanggan. Dalam era digital, pengalaman pelanggan menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian serta loyalitas pelanggan (Verhoef et al., 2021). Oleh karena itu, organisasi perlu menjadikan pengalaman pelanggan sebagai bagian integral dari strategi yang dirumuskan.

Selain itu, organisasi juga perlu mempertimbangkan strategi berbasis keberlanjutan sosial (*social sustainability strategy*). Strategi ini menekankan pentingnya kontribusi organisasi terhadap kesejahteraan masyarakat serta pembangunan sosial. Organisasi yang mampu mengintegrasikan aspek sosial dalam strategi bisnis akan memiliki reputasi yang lebih baik serta memperoleh dukungan dari berbagai pemangku kepentingan (Vial, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi tidak hanya diukur dari aspek finansial, tetapi juga dari dampak sosial yang dihasilkan.

Dalam konteks yang lebih luas, perkembangan ekosistem inovasi (*innovation ecosystem*) juga memberikan implikasi penting terhadap strategi organisasi. Organisasi tidak lagi hanya mengandalkan inovasi internal, tetapi juga berkolaborasi dengan berbagai pihak dalam menciptakan inovasi yang lebih besar. Ekosistem inovasi memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan serta sinergi antar organisasi, sehingga dapat meningkatkan kemampuan inovasi secara keseluruhan (Singh & Gupta, 2022).

Terakhir, pentingnya pembelajaran strategis (*strategic learning*) juga menjadi faktor yang tidak dapat diabaikan. Pembelajaran strategis memungkinkan organisasi untuk terus meningkatkan kualitas strategi melalui evaluasi dan refleksi terhadap pengalaman yang telah dilalui. Organisasi yang mampu belajar secara efektif akan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menghadapi perubahan serta mengembangkan strategi yang lebih adaptif (Grant, 2022; Rothaermel, 2021).

Dengan demikian, pembahasan ini semakin memperkuat bahwa manajemen strategis merupakan suatu proses yang terus berkembang dan menuntut organisasi untuk mampu mengintegrasikan berbagai pendekatan modern. Keberhasilan strategi tidak hanya ditentukan oleh kualitas perumusan strategi, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya, memanfaatkan teknologi, membangun keterlibatan karyawan, serta menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak. Integrasi dari seluruh faktor tersebut menjadi kunci dalam menciptakan strategi yang efektif dan berkelanjutan dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang semakin kompleks (Wheelen et al., 2023; Grant, 2022; Rothaermel, 2021).

Dengan demikian, pembahasan ini semakin menegaskan bahwa manajemen strategis merupakan suatu proses yang dinamis dan kompleks yang melibatkan berbagai dimensi, baik ekonomi, sosial, maupun teknologi. Organisasi dituntut untuk mampu mengintegrasikan berbagai konsep modern seperti pengelolaan pengetahuan, fleksibilitas

strategi, resiliensi organisasi, inovasi terbuka, serta keberlanjutan dalam merumuskan strategi yang efektif. Keberhasilan organisasi dalam jangka panjang sangat ditentukan oleh kemampuan dalam mengadaptasi strategi terhadap perubahan lingkungan serta mengimplementasikannya secara konsisten dan berkelanjutan (Grant, 2022; Rothaermel, 2021; Wheelen et al., 2023).

Dengan demikian, pembahasan ini menunjukkan bahwa manajemen strategis merupakan proses yang kompleks dan multidimensional yang melibatkan berbagai faktor internal dan eksternal. Keberhasilan strategi sangat ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan berbagai pendekatan analisis serta mengimplementasikan strategi secara efektif dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang terus berkembang (Grant, 2022; Rothaermel, 2021; Wheelen et al., 2023).

KESIMPULAN

Manajemen strategis merupakan pendekatan penting dalam pengelolaan organisasi yang bertujuan untuk memastikan keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan jangka panjang. Konsep manajemen strategis mencakup berbagai proses yang saling berkaitan, mulai dari analisis lingkungan organisasi, perumusan strategi, implementasi strategi, hingga evaluasi strategi. Melalui penerapan manajemen strategis yang efektif, organisasi dapat meningkatkan kemampuannya dalam menghadapi perubahan lingkungan serta memanfaatkan berbagai peluang yang tersedia. Selain itu, manajemen strategis juga memungkinkan organisasi untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang dimiliki sehingga dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Kajian literatur yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan manajemen strategis sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan berbagai fungsi organisasi, kepemimpinan strategis, serta kemampuan organisasi dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan. Dengan demikian, penerapan manajemen strategis yang efektif memerlukan komitmen yang kuat dari seluruh anggota organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, J., & Hasnu, S. (2020). *Strategy Implementation Challenges*. Global Business Review.
- Barney, J. B., Ketchen, D. J., & Wright, M. (2021). Resource-Based Theory. *Journal Of Management*, 47(7), 1743–1773.
- Bharadwaj, A., Et Al. (2020). Digital Business Strategy. *MIS Quarterly*.
- Chen, H., Et Al. (2021). Business Analytics And Decision-Making. *MIS Quarterly*.
- David, F. R., & David, F. R. (2020). *Strategic Management*. Pearson.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2021). Dynamic Capabilities Revisited. *Strategic Management Journal*.
- Grant, R. M. (2022). *Contemporary Strategy Analysis* (11th Ed.). Wiley.
- Gürel, E., & Tat, M. (2020). SWOT Analysis. *Journal Of Social Research*.
- Hill, C. W. L., Et Al. (2020). *Strategic Management Theory*. Cengage.
- Hitt, M. A., Et Al. (2020). *Strategic Management*. Cengage.
- Johnson, G., Et Al. (2020). *Exploring Strategy*. Pearson.
- Khan, E. A. (2021). *Strategic Decision-Making*. Management Decision.
- Kipley, D., Et Al. (2020). *Strategic Diagnosis*. Journal Of Strategy.
- Rothaermel, F. T. (2021). *Strategic Management*. McGraw-Hill.
- Singh, A., & Gupta, B. (2022). *Strategic Practices*. International Journal Of Management.
- Teece, D. J. (2020). *Dynamic Capabilities*. Long Range Planning.
- Verhoef, P. C., Et Al. (2021). Digital Transformation. *Journal Of Business Research*.
- Vial, G. (2021). Digital Transformation Framework. *MIS Quarterly Executive*.
- Wheelen, T. L., Et Al. (2023). *Strategic Management*. Pearson.
- Yüksel, İ. (2021). PESTEL Analysis. *Journal Of Business Research*.