

PERENCANAAN STRATEGIS BISNIS

Pertemuan -1

Deskripsi Kuliah

- Mata kuliah Perencanaan Strategi Bisnis adalah mata kuliah yang dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam tentang konsep, teori, dan praktik dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi bisnis yang efektif
- Mata kuliah ini berfokus pada bagaimana perusahaan dapat mengembangkan rencana strategis yang kokoh untuk mencapai tujuan jangka panjang dan meraih keunggulan kompetitif di pasar yang berubah dengan cepat.

Capaian Pembelajaran

1. Memahami Konsep dan Teori Perencanaan Strategis
2. Mengembangkan Kemampuan Analitis
3. Merumuskan Strategi Bisnis yang Kokoh
4. Memahami Lingkungan Bisnis yang Dinamis: Mahasiswa akan mempelajari bagaimana menganalisis lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat, termasuk faktor-faktor eksternal seperti perubahan politik, ekonomi, sosial, teknologi, dan lingkungan
5. Meningkatkan Kemampuan Pemecahan Masalah dan Pemikiran Strategis:
6. Mengimplementasikan dan Mengevaluasi Strategi Bisnis

Buku Referensi

- Strategic Management: Concepts and Cases“, Fred R. David, Forest R. David, 16th ed 2017, Pearson
- Strategy Management And Strategic Planning Process, Stevens Maleka
- Crafting & Executing Strategy, The Quest for Competitive Advantage Concepts And Cases, Thompson-Strickland-Gamble, Custom Edition, Mc. Graw-Hill, 2009

Evaluasi dan Penilaian

- Kehadiran 10%
 - Ujian: 30% dan 40%
 - Tugas mandiri dan kelompok
 - Quiz-tes formatif
 - Softskill
- } 20%

Materi Pembahasan

1. Pengenalan Konsep Perencanaan Strategi Bisnis
2. Analisis Lingkungan Bisnis
3. Analisis Internal Organisasi
4. Berbagai Bisnis bidang Teknologi Informasi
5. Perumusan Strategi Bisnis
6. Implementasi dan Evaluasi Strategi Bisnis
7. Studi Kasus – presentasi tugas kelompok

Materi Pendahuluan

Pengenalan Perencanaan Strategi Bisins

Pengertian Perencanaan

- kegiatan menetapkan tujuan organisasi dan memilih cara yang terbaik untuk mencapai tujuan tersebut (Mahmud M. Hanafi ,1997)
- proses dimana seseorang menentukan apakah ia akan menyelesaikan tugas dengan cara yang berbeda dari cara yang efektif untuk mencapai tujuan yang diinginkan, dan mempersiapkan untuk mengatasi kesulitan tak terduga dan sumber daya yang memadai (David, 211)

Strategi ?

- Strategi adalah rencana atau pendekatan yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu dalam jangka panjang.
- Strategi melibatkan pengambilan keputusan tentang bagaimana menggunakan sumber daya yang ada secara efektif untuk mencapai keunggulan kompetitif, menghadapi tantangan, dan memanfaatkan peluang di lingkungan yang terus berubah.

Dalam konteks bisnis

- Strategi bisnis merujuk pada rencana dan langkah-langkah yang diambil oleh organisasi untuk mencapai tujuan bisnisnya.
- Strategi bisnis melibatkan analisis pasar, identifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, pemetaan persaingan, penentuan keunggulan kompetitif, dan pengembangan rencana tindakan yang terarah.

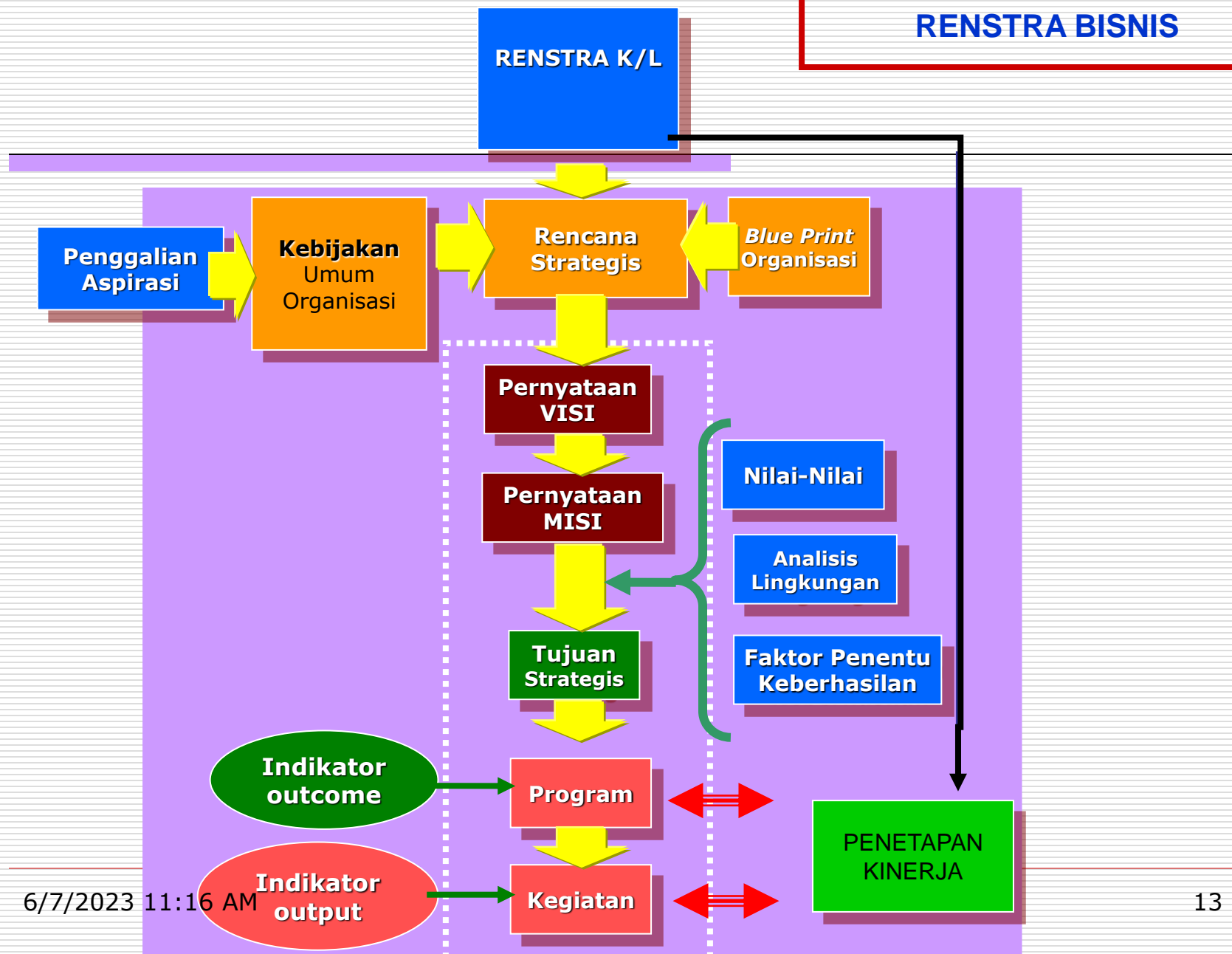
DEFINISI PERENCANAAN STRATEGIS

- Menurut Inpres No. 7 tahun 1999,
“Perencanaan strategis merupakan suatu proses yang berorientasi pada hasil yang ingin dicapai selama kurun waktu 1 (satu) tahun sampai dengan 5 (lima) tahun dengan memperhitungkan potensi, peluang dan kendala yang ada atau mungkin timbul”
- Perencanaan strategis adalah seni membuat strategi bisnis tertentu, menerapkannya, dan mengevaluasi hasil dari pelaksanaan rencana, sehubungan dengan tujuan atau keinginan jangka panjang perusahaan secara keseluruhan.

MANFAAT PERENCANAAN STRATEGIS

- Sebagai sarana untuk memfasilitasi terciptanya anggaran yang efektif;
- Sebagai sarana untuk memfokuskan manajer pada pelaksanaan strategi yang telah ditetapkan;
- Sebagai sarana untuk memfasilitasi dilakukannya alokasi sumber daya yang optimal;
- Sebagai rerangka untuk pelaksanaan tindakan jangka pendek;
- Sebagai sarana bagi manajemen untuk memahami strategi organisasi;
- Sebagai alat untuk memperkecil rentang alternatif strategis.

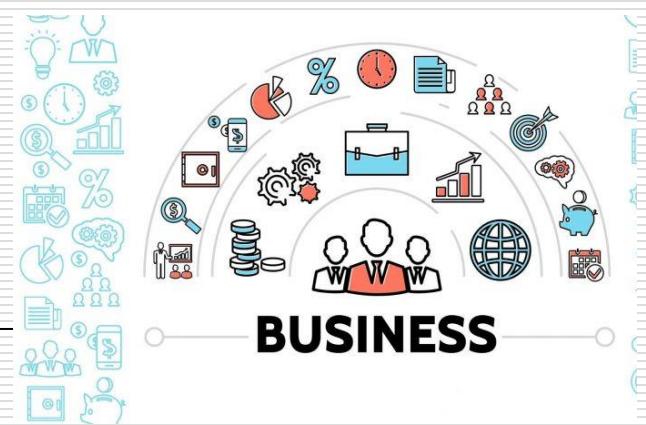
PENDEKATAN PENYUSUNAN RENSTRA BISNIS



Elemen Perencanaan Strategik

- ☐ Perumusan Visi dan Misi
- ☐ Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal
- ☐ Perumusan Tujuan Strategik
- ☐ Tujuan
- ☐ Strategi
- ☐ Kebijakan
- ☐ Program, Kegiatan dan Indikator Kinerja

Apa itu Bisnis?



- ❑ KBBI : Bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan; bidang usaha; usaha dagang.
- ❑ Kata bisnis dari bahasa Inggris business, (busy) yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.
- ❑ Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen, untuk mendapatkan laba.
- ❑ Kegiatan dengan menggunakan modal tertentu untuk memperoleh laba, seperti industri, perdagangan, dan pengangkutan (business).
(Otoritas Jasa Keuangan)

<http://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis>

Tujuan Bisnis

- Secara umum untuk memperoleh dan mendapatkan laba atau keuntungan dari barang atau jasa yang diproduksi yang dibutuhkan oleh masyarakat.



- Untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan bisnis tersebut.
- Untuk mendapatkan kesejahteraan bagi pemilik faktor produksi dan juga bagi masyarakat.
- Untuk pengadaan barang atau jasa yang diperlukan oleh masyarakat.
- Untuk menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.
- Untuk meningkatkan kemajuan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat secara umum.
- Untuk menunjukkan atau menampilkan eksistensi atau keberadaan suatu perusahaan dalam jangka waktu panjang.
- Untuk menunjukkan atau menampilkan prestise dan prestasi.

Jenis – Jenis Bisnis

- Berdasarkan pengelola :
 - Individu / perorangan
 - Kelompok / perusahaan



- Berdasarkan Kegiatan :
 1. Bisnis Agraris : bidang pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, dan lain sebagainya.
 2. Bisnis Ekstraktif : kegiatan bisnis yang dilakukan di bidang pertambangan, yaitu dengan cara menggali atau mengeruk bahan-bahan tambang yang dimiliki oleh perut bumi seperti batu bara, besi, emas, intan, tembaga, minyak, gas bumi, dan lain sebagainya.
 3. Bisnis Jasa : kegiatan atau aktivitas bisnis yang dilakukan di bidang jasa yang menghasilkan atau menciptakan suatu produk yang tidak tampak atau tidak berbentuk. Misalnya bengkel, pariwisata, jasa asuransi, pendidikan, kesehatan, kecantikan, dan lain sebagainya.
 4. ~~Bisnis Industri~~ : ~~kegiatan atau aktivitas~~ ~~bisnis~~ yang dilakukan di bidang industri manufacturing. Misalnya seperti, industri tekstil, pesawat terbang, rokok, kertas

Jenis Bisnis dari Sektor Ekonomi

- a. Bisnis Pertanian
- b. Bisnis Produksi Bahan Mentah
- c. Bisnis Manufaktur
- d. Bisnis Konstruksi
- e. Bisnis Transportasi
- f. Bisnis Komunikasi
- g. Bisnis Perdagangan Besar/Kecil
- h. Bisnis Finansial
- i. Bisnis Jasa



Bidang Bisnis Organisasi

1. Retail / penjualan tunai
 2. Penjualan kredit
 3. Poliklinik/ rawat jalan/Puskesmas
 4. Pemesanan Komputer/Perakitan komputer
 5. Rumah sakit –rawat Inap
 6. Hotel
 7. Koperasi
 8. Apotek
 9. Rental
 10. Pendidikan
 11. Jasa/ pelayanan
 12. Manufaktur / industri
 13. Keuangan : Bank , leasing
 14. Transportasi
 15. Pariwisata
 16. Kuliner : Café / Restoran
 17. Pertanian
 18. Properti
 19. Laundry,
 20. Bengkel, dsb
-

Bentuk Kepemilikan Bisnis

- ❑ Perusahaan Perseorangan: Merupakan suatu bisnis yang kepemilikannya dipegang oleh satu orang. Perusahaan ini dikelola oleh satu orang yakni pemilik perusahaan yang memegang kendali penuh terhadap kelangsungan perusahaan. Modal perusahaan biasanya berasal dari harta pemilik perusahaan sendiri dan pemilik tersebut bertanggung jawab atas keseluruhan harta perusahaan.
- ❑ Persekutuan: Adalah bentuk bisnis yang kepemilikan perusahaannya dipegang oleh dua orang atau lebih sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat guna mendapatkan keuntungan bersama.
- ❑ Perseroan: Merupakan bisnis yang kepemilikan perusahaannya dipegang oleh beberapa orang dan diawasi oleh dewan direktur.
- ❑ Koperasi: Adalah bisnis yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan tujuan utama untuk menyejahterakan anggotanya dan kegiatannya berlandaskan oleh prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan.

Karakteristik Bisnis

- ❑ Dapat dilakukan oleh perorangan, kelompok, organisasi, lembaga, maupun institusi.
- ❑ Berkaitan dengan berbagai barang atau jasa yang dibutuhkan oleh manusia
- ❑ Bertujuan untuk mencari keuntungan, laba, atau profit.
- ❑ Kegiatan usaha yang menentukan suatu harga yang sesuai
- ❑ Terdapat kemungkinan mengalami risiko/kerugian dalam pelaksanaannya.

Manajemen strategi dan perencanaan strategi-1

- ❑ dua konsep yang saling terkait dalam konteks pengembangan dan implementasi strategi bisnis.
- ❑ Terkait dengan Pengembangan dan Implementasi Strategi: Keduanya terkait erat dengan pengembangan dan implementasi strategi bisnis yang efektif untuk mencapai tujuan organisasi.
- ❑ Melibatkan Analisis dan Evaluasi: Baik manajemen strategi maupun perencanaan strategi melibatkan analisis lingkungan bisnis, evaluasi kekuatan dan kelemahan, serta identifikasi peluang dan ancaman untuk mengembangkan strategi yang tepat.

Manajemen strategi dan perencanaan strategi-2

- ❑ Melibatkan Pengambilan Keputusan: Keduanya melibatkan pengambilan keputusan penting yang berdampak pada arah dan keberhasilan bisnis.

- ❑ Penting untuk Keberhasilan Bisnis: Baik manajemen strategi maupun perencanaan strategi sangat penting untuk mencapai keunggulan kompetitif dan pertumbuhan berkelanjutan dalam bisnis.

Perbedaan Manajemen strategi dan perencanaan strategi-1

□ Fokus Utama

- Manajemen Strategi: menekankan pada pengelolaan dan implementasi strategi bisnis.
 - melibatkan pengorganisasian sumber daya, pengambilan keputusan, pemantauan kinerja, dan adaptasi strategi sesuai dengan perubahan lingkungan bisnis.
- Perencanaan Strategi: lebih berfokus pada merumuskan strategi bisnis yang efektif.
 - melibatkan analisis lingkungan, identifikasi tujuan, penentuan langkah-langkah strategis, dan penentuan sumber daya yang diperlukan.

Perbedaan Manajemen strategi dan perencanaan strategi-2

□ Waktu

- Manajemen Strategi: terjadi secara terus-menerus sepanjang waktu. Ini melibatkan pemantauan dan penyesuaian strategi berdasarkan perubahan lingkungan dan kinerja bisnis.
- Perencanaan Strategi: dilakukan dalam tahap awal pengembangan strategi. Ini melibatkan merumuskan rencana strategis untuk mencapai tujuan jangka panjang.

Perbedaan Manajemen strategi dan perencanaan strategi-2

□ Orientasi

- Manajemen Strategi: lebih bersifat taktis dan operasional. Fokusnya adalah pada pengelolaan implementasi strategi, pengendalian kinerja, dan pengambilan keputusan sehari-hari untuk mencapai tujuan bisnis.
- Perencanaan Strategi: bersifat strategis. Ini melibatkan analisis dan pemikiran jangka panjang untuk menentukan arah bisnis, mencapai keunggulan kompetitif, dan mencapai tujuan jangka panjang.

Perencanaan Strategi Bisnis

- ❑ Perencanaan strategi bisnis adalah proses sistematis untuk merumuskan tujuan jangka panjang suatu organisasi dan mengidentifikasi langkah-langkah strategis yang akan diambil untuk mencapainya.
- ❑ Tujuan dari perencanaan strategi bisnis adalah untuk membantu organisasi mencapai keunggulan kompetitif, menghadapi tantangan pasar, dan mencapai tujuan jangka panjangnya.

Proses Perencanaan Strategi Bisnis

- Adalah sebuah kegiatan manajemen organisasi yang dipakai untuk menentukan prioritas, focus energi dan sumber daya, serta memperkuat kinerja karyawan.
- Perencanaan strategi bisnis ini dipakai untuk memastikan setiap sumber daya manusia (SDM) bekerja dengan tujuan yang jelas dan sama.
- Salah satu contoh proses perencanaan strategi bisnis adalah diversifikasi bisnis menjadi lini baru.

3 Fungsi Perencanaan Strategi Bisnis

- ❑ 1. Membantu Merumuskan Strategi yang Lebih Baik dengan Pendekatan Logis dan Sistematis
- ❑ 2. Meningkatkan Komunikasi antara Pengusaha dan Karyawan
- ❑ 3. Memberdayakan Individu yang Bekerja di Organisasi

Langkah Perencanaan strategi bisnis

- ❑ Analisis Lingkungan: Evaluasi lingkungan eksternal dan internal organisasi, termasuk mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta kekuatan dan kelemahan internal.
- ❑ Penetapan Tujuan: Menetapkan tujuan jangka panjang yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan terbatas waktu (SMART goals).
- ❑ Pemetaan Strategis: Mengembangkan strategi umum untuk mencapai tujuan, yang dapat melibatkan penetapan arah bisnis, diferensiasi produk, pemilihan pasar target, dan lainnya.

Langkah Perencanaan strategi bisnis

- ❑ Identifikasi Strategi Fungsional: Menentukan strategi di berbagai fungsi organisasi, seperti pemasaran, keuangan, operasi, SDM, dan teknologi informasi.
- ❑ Alokasi Sumber Daya: Menentukan alokasi sumber daya yang tepat, termasuk anggaran, tenaga kerja, teknologi, dan infrastruktur yang dibutuhkan untuk mendukung implementasi strategi.
- ❑ Implementasi dan Pemantauan: Melaksanakan rencana strategis, memonitor kemajuan, dan melakukan tindakan korektif jika diperlukan.

Kerangka Kerja Dan Alat Analisis Yang Digunakan Dalam Perencanaan Strategis

1. PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal) analysis,
2. analisis lima kekuatan Porter,
3. analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats),
4. analisis nilai rantai,

PESTEL analysis

- ❑ Atau Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal adalah suatu kerangka analisis yang digunakan untuk memahami faktor-faktor makro lingkungan eksternal yang dapat mempengaruhi operasi dan strategi suatu organisasi atau industri.
- ❑ Konsep ini membantu organisasi dalam mengidentifikasi dan memahami dampak dari faktor-faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum terhadap kegiatan bisnis mereka.

Analisis Lima Kekuatan Porter

- ❑ dikenal sebagai Kerangka Lima Kekuatan Porter, dikembangkan oleh Michael Porter, seorang ahli strategi bisnis terkemuka.
- ❑ Analisis ini merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis lingkungan industri eksternal yang mempengaruhi keunggulan kompetitif suatu organisasi.

Analisis Lima Kekuatan Porter

1. Ancaman dari Produk atau Jasa Pengganti
2. Persaingan Antar Rival
3. Negosiasi Kekuatan Pembeli
4. Negosiasi Kekuatan Pemasok
5. Ancaman Masuknya Peserta Baru



Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

- ❑ digunakan untuk mengidentifikasi dan memahami faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi atau proyek.
- ❑ Analisis ini melibatkan identifikasi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) internal organisasi, serta peluang (opportunities) dan ancaman (threats) eksternal yang dihadapi organisasi
- ❑ Analisis SWOT membantu organisasi dalam mengidentifikasi keunggulan kompetitif, mengatasi kelemahan internal, memanfaatkan peluang eksternal, dan mengatasi ancaman yang mungkin terjadi.

Analisis Nilai Rantai

- ❑ Analisis Nilai Rantai (Value Chain Analysis) adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk memahami dan menganalisis aktivitas-aktivitas yang dilakukan dalam suatu organisasi untuk menciptakan, memberikan, dan mempertahankan nilai bagi pelanggan.
- ❑ Konsep ini dikembangkan oleh Michael Porter dan melibatkan pemetaan jalur nilai yang terdiri dari serangkaian aktivitas yang saling terkait.
- ❑ Dalam analisis Nilai Rantai, setiap aktivitas diidentifikasi dan dievaluasi untuk menentukan kontribusinya terhadap penciptaan nilai.

Komponen Rantai Nilai

- ❑ Aktivitas Primer: Aktivitas primer mencakup aktivitas-aktivitas yang secara langsung terlibat dalam menciptakan dan memberikan produk atau jasa kepada pelanggan. Ini meliputi aktivitas seperti pengadaan bahan baku, produksi, pemasaran, distribusi, dan layanan pelanggan.
- ❑ Aktivitas Pendukung: Aktivitas pendukung menyediakan dukungan dan infrastruktur yang diperlukan untuk menjalankan aktivitas primer. Ini meliputi fungsi-fungsi seperti manajemen sumber daya manusia, pengembangan teknologi, pengadaan, dan sistem informasi.

Komponen Rantai Nilai



TERIMA KASIH