

MANAJEMEN STRATEGIK DAN KEPEMIMPINAN (*STRATEGIC MANAGEMENT AND LEADERSHIP*)

Deskripsi Mata Ujian

Tujuan yang ingin dicapai dari mata ujian ini adalah agar peserta ujian memiliki kompetensi sebagai berikut:

1. Memahami dan menganalisis lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang bisnis korporat.
2. Memahami dan menganalisis lingkungan internal korporat untuk mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan korporat.
3. Mengevaluasi struktur dan proses bisnis organisasi dalam memfasilitasi implementasi strategi.
4. Mengevaluasi dan memberi masukan strategi dan keputusan bisnis serta implementasinya.
5. Memahami konsep kepemimpinan dan peranan kepemimpinan dalam formulasi dan implementasi strategi.

Referensi

- Anthony E. Henry (2011). *Understanding Strategic Management*. Oxford University Press, 2nd edition. (AH)
- Robert Kreitner and Angelo Kinicki (2010). *Organizational Behavior*. Mc Graw-Hill, 9th edition. (KK)
- Arthur Thompson, Margaret Peteraf, John Gamble, A. J. Strickland III (2012). *Crafting and Executing Strategy*. Mc Graw Hill, 18th edition. (TPGS)

SILABI MANAJEMEN STRATEGIK DAN KEPEMIMPINAN

MATERI DAN SUB MATERI	LEVEL
1. Pengantar. <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Apa yang dimaksud dengan strategi? 1.2 Hubungan antara strategi perusahaan dan model bisnisnya 1.3 Apa yang membuat strategi pemenang? 1.4 Mengapa penyusunan dan pelaksanaan strategi merupakan hal penting? 	3
2. Pemetaan arah perusahaan: visi dan misi, tujuan, dan strategi. <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Apa implikasi dari proses penyusunan dan pelaksanaan strategi. 2.2 Tahap 1: Pengembangan visi, misi, dan nilai inti. 2.3 Tahap 2: Penetapan tujuan. 2.4 Tahap 3: Penyusunan strategi. 2.5 Tahap 4: Pelaksanaan strategi. 2.6 Tahap 5: Evaluasi kinerja dan inisiasi penyesuaian korektif. 	2
3. Evaluasi lingkungan eksternal perusahaan <ul style="list-style-type: none"> 3.1 Komponen strategik yang relevan terhadap lingkungan makro perusahaan. 3.2 Berpikir strategik mengenai industri dan lingkungan kompetitif perusahaan. <ul style="list-style-type: none"> 3.2.1 Apakah industri memberi peluang yang menarik untuk tumbuh. 3.2.2 Jenis kekuatan kompetisi yang dihadapi oleh industri. 3.2.3 Faktor yang mendorong perubahan industri dan dampaknya. 3.2.4 Bagaimana posisi persaingan di industri? 3.2.5 Apa langkah strategik yang akan dilakukan oleh pesaing? 3.2.6 Faktor kunci keberhasilan kompetisi masa depan. 3.2.7 Apakah industri memberikan prospek laba yang bagus? 	1
4. Evaluasi sumber daya, kapabilitas, dan daya saing. <ul style="list-style-type: none"> 4.1 Seberapa baik strategi perusahaan saat ini? 4.2 Apa sumber daya dan kapabilitas perusahaan yang penting untuk bersaing? 4.3 Apakah perusahaan mampu merebut peluang pasar dan meniadakan ancaman eksternal? 4.4 Apakah harga dan biaya perusahaan kompetitif dengan pesaing utama, dan apakah mempunyai daya tarik bagi pelanggan? 4.5 Apakah daya saing perusahaan lebih kuat atau lebih lemah dari pesaing utama? 	1
5. Strategi kompetitif generik. <ul style="list-style-type: none"> 5.1 Strategi kompetitif generik. 5.2 Strategi biaya murah. 5.3 Strategi diferensiasi. 5.4 Strategi fokus (atau pasar khusus). 5.5 Strategi biaya terbaik. 5.6 Ringkasan perbandingan fitur lima strategi kompetitif generik. 	1

<p>6. Penguatan posisi kompetitif: langkah strategik, waktu, dan lingkup operasi.</p> <p>6.1 Pilihan strategik untuk meningkatkan posisi pasar (strategik ofensif).</p> <p>6.2 Melindungi posisi pasar dan keunggulan kompetitif (strategik defensif).</p> <p>6.3 Waktu penentuan strategik ofensif dan defensif.</p> <p>6.4 Memperkuat posisi pasar melalui lingkup operasi.</p> <p>6.5 Strategi merger dan akuisisi horizontal.</p> <p>6.6 Strategi integrasi vertikal.</p> <p>6.7 Strategi alih daya: mempersempit lingkup operasi.</p> <p>6.8 Aliansi strategik dan kemitraan.</p>	1
<p>7. Strategi bersaing di pasar internasional:</p> <p>7.1 Mengapa perusahaan memutuskan untuk masuk di pasar luar negeri?</p> <p>7.2 Mengapa persaingan lintas negara membuat penyusunan strategi lebih kompleks?</p> <p>7.3 Konsep persaingan multidomestik dan persaingan global</p> <p>7.4 Pilihan strategik untuk masuk dan bersaing di pasar internasional</p> <p>7.5 Bersaing secara internasional: tiga pendekatan strategik utama</p> <p>7.6 Strategi bersaing di negara berkembang</p> <p>7.7 Bertahan melawan raksasa global: Strategi untuk perusahaan lokal di negara berkembang</p>	1
<p>8. Strategi korporat: diversifikasi dan multibisnis.</p> <p>8.1 Kapan untuk diversifikasi.</p> <p>8.2 Membangun nilai pemegang saham: alasan utama untuk diversifikasi.</p> <p>8.3 Strategi untuk memasuki bisnis baru.</p> <p>8.4 Memilih jalur diversifikasi: bisnis berkaitan dan tidak berkaitan.</p> <p>8.5 Kesesuaian strategik dan diversifikasi dalam bisnis berkaitan.</p> <p>8.6 Diversifikasi dalam bisnis tidak berkaitan.</p> <p>8.7 Kombinasi dari strategi diversifikasi bisnis berkaitan dan tidak berkaitan.</p> <p>8.8 Evaluasi strategi perusahaan terdiversifikasi.</p>	2
<p>9. Etika, tanggung jawab sosial korporat, keberlanjutan lingkungan, dan strategi</p> <p>9.1 Apa yang dimaksud dengan etika bisnis?</p> <p>9.2 Bagaimana dan mengapa standar etika berdampak terhadap penyusunan dan pelaksanaan strategi.</p> <p>9.3 Apa pemicu dari strategi dan perilaku bisnis yang tidak etis?</p> <p>9.4 Mengapa strategi perusahaan harus beretika?</p> <p>9.5 Strategi, tanggung jawab sosial korporat, dan keberlanjutan lingkungan.</p>	3
<p>10. Membangun organisasi yang mampu melaksanakan strategi dengan baik: sumber daya manusia, kemampuan, dan struktur.</p> <p>10.1 Kerangka kerja untuk pelaksanaan strategi.</p> <p>10.2 Membangun organisasi yang mampu melaksanakan strategi dengan baik.</p> <p>10.3 Penempatan sumber daya manusia dalam organisasi.</p> <p>10.4 Membangun dan memperkuat kompetensi inti dan kemampuan</p>	2

<p>kompetitif.</p> <p>10.5 Mengatur pekerjaan dengan struktur organisasi yang mendukung.</p>	
<p>11. Mengelola operasi internal: tindakan yang mendorong pelaksanaan strategi.</p> <p>11.1 Mengalokasikan sumber daya untuk pelaksanaan strategi.</p> <p>11.2 Menetapkan kebijakan dan prosedur untuk memfasilitasi pelaksanaan strategi.</p> <p>11.3 Menggunakan perangkat manajemen proses untuk perbaikan berkesinambungan.</p> <p>11.4 Menempatkan sistem operasi dan informasi.</p> <p>11.5 Mengaitkan imbalan dan insentif dalam pelaksanaan strategi.</p>	2
<p>12. Budaya perusahaan dan kepemimpinan: kunci pelaksanaan strategi.</p> <p>12.1 Menanamkan budaya perusahaan yang mendorong pelaksanaan strategi.</p> <p>12.2 Memimpin proses pelaksanaan strategi.</p> <p>12.3 Kata akhir dalam memimpin proses penyusunan dan pelaksanaan strategi.</p>	2
<p>13. Kepemimpinan stratejik.</p> <p>13.1 Kepemimpinan dan manajemen.</p> <p>13.2 Memimpin secara paradoks.</p>	3
<p>14. Perubahan stratejik dan organisasi.</p> <p>14.1 Kekuatan eksternal dan internal yang menyebabkan perubahan.</p> <p>14.2 Memimpin perubahan organisasi.</p>	2