

PERTEMUAN 6

FORMULASI DAN SAFARI PERUSAHAAN



PERUSAHAAN YANG BAIK

Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu menciptakan kapabilitas khusus pada hubungan yang dibuatnya dan juga perusahaan yang beroperasi pada lingkungan yang mampu memaksimalkan nilai dari kekhususannya.

Visi yang baik (**Vision of success**): deskripsi tentang apa yang ingin dicapai oleh organisasi setelah organisasi tersebut mengimplementasikan strateginya dan mencapai potensi sepenuhnya. Memiliki dua unsur utama, yaitu ideologi inti dan menggambarkan masa depan. Sedangkan misi dapat dilihat dari prestasi perusahaan yang diukur dari kemampuannya memberikan tambahan nilai (**added value**), yaitu menciptakan output yang bernilai lebih dari biaya input yang digunakan.

KARAKTERISTIK PERUSAHAAN YANG SUKSES

Tiga faktor dalam kinerja perusahaan yang sukses yaitu inovasi, arsitektur dan reputasi. Adapun kriteria perusahaan yang baik adalah sebagai berikut:

1. Pemberian pelayanan berkualitas tinggi dari perusahaan
2. Inovatif dalam merespons secara cepat keinginan konsumen

3. **Memiliki visi jangka panjang**
4. **Kesehatan finansial**
5. **Keberhasilan yang membuat perusahaan lain untuk menirunya**

FORMULASI STRATEGI

Formulasi strategi yaitu suatu tahap merumuskan, menyusun atau memformat strategi yang dimulai dengan mengembangkan suatu Visi, misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, penentuan tujuan jangka panjang, untuk menghasilkan strategi alternatif dan strategi terpilih yang berkelanjutan.



Isu-isu yang terdapat dalam formulasi strategi meliputi juga pertanyaan tentang :

- Usaha apa yang akan dilakukan?
- Bagaimana mengalokasikan sumber-sumber daya?
- Apakah perluasan operasi perusahaan ataukah diversifikasi?
- Apakah memasuki pasar internasional atau tidak?
- Apakah merger ataukah membentuk suatu joint venture?
- Bagaimana menghindari pengambilalihan ?

Keputusan-keputusan formulasi strategi harus terarah kepada hasil atau produk yang spesifik, pasar atau harapan masyarakat, sumber daya dan teknologi untuk suatu periode tertentu. Termasuk harus menentukan keunggulan bersaing jangka panjang, baik dalam keadaan baik maupun buruk. Keputusan strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi, sehingga manajer puncak (top manager) harus betul-betul memiliki perspektif terbaik untuk memahami sepenuhnya keputusan-keputusan

formulasi.

Menurut porter (1980) prinsip dalam pembuatan strategi adalah bagaimana sebuah organisasi mengatasi persaingan dan memenangkan pesaing dengan menggunakan sumberdaya yang dimiliki. Hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan strategi adalah bagaimana organisasi mampu merumuskan sebuah visi, misi dan tujuan yang jelas dan terukur kemudian menghubungkan dengan kondisi existing yang dihadapi (lingkungan internal dan eksternal), menentukan sumberdaya yang menjadi nilai keunggulan strategis organisasi, menciptakan strategi-strategi yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi.

Proses pembuatan strategi terdiri dari yaitu :

- a. **Penentuan Visi dan misi organisasi.**
- b. **Perumusan tujuan yang jelas dan terukur**
- c. **Identifikasi kondisi existing baik internal maupun eksternal yang dihadapi oleh organisasi.**
- d. **Penentuan sumberdaya yang dapat dijadikan sebagai sumber keunggulan bersaing.**
- e. **Pengembangan alternatif-alternatif strategi yang ada dengan mempertimbangkan strategi generik serta variasinya.**
- f. **Evaluasi dari tiap alternatif.**
- g. **Penentuan pemilihan strategi terbaik dari berbagai alternatif yang tersedia.**



Alur Dilihat Dari Formasi Strategi

Alur	Formulasi Strategi Sebagai
<ul style="list-style-type: none"> • Desain • Perencanaan • <i>Positioning</i> • Kewirausahaan • Kognitif • Pembelajaran • Kekuatan • Budaya • Lingkungan 	<ul style="list-style-type: none"> • Proses Penggambaran / Konseptual • Proses Formal • Proses Analitikal • Proses Pencarian Ide / Visioner • Proses Mental • Proses Pemunculan (<i>Emergent</i>) • Proses Negosiasi • Proses Kolektif • Proses Reaktif

Penggolongan Alur

1. Pendekatan Preskriptif Mencakup :
 - a. Alur desain
 - b. Alur perencanaan
 - c. Alur positioning
2. Pendekatan Deskriptif Mencakup :
 - a. Alur kewirausahaan
 - b. Alur kognitif
 - c. Alur pembelajaran
 - d. Alur kekuatan
 - e. Alur budaya
 - f. Alur lingkungan
3. Alur Konfigurasi Mencakup :
 - a. Alur ini berusaha mencari penyatuan
 - b. Mengelompokkan berbagai elemen dari strategi (proses pembuatan strategi, isi dari strategi, struktur organisasi dan isinya) ke dalam tahap khusus
 - c. Menjelaskan proses sebagai sebuah transformasi

SOAL LATIHAN/TUGAS

1. Apa definisi sukses bagi perusahaan dan bagi diri anda?
2. Jelaskan mengenai formulasi strategi dan bagaimana mencapai formulasi tersebut?
3. Jelaskan penggolongan strategi berdasarkan alur dan berikan contoh?

DAFTAR PUSTAKA

Kuncoro, Mudrajad. 2008. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Erlangga

