

PERTEMUAN 7

STRATEGI KORPORAT



STRATEGI KORPORAT

Strategi yang menitikberatkan pada pertanyaan jangka panjang dan luas mengenai bisnis apa yang akan dimasuki oleh suatu organisasi dan apa yang diinginkan dalam bisnis tersebut (Coulter, 2002: 250). Suatu cara bagaimana perusahaan menciptakan nilai melalui konfigurasi dan koordinasi dari aktivitas multipasarnya (Collis & Montgomery, 1998: 5).

Sasaran Pertumbuhan:

- Bagi perusahaan: peningkatan omzet, laba, atau kinerja yang lain.
- Bagi organisasi nirlaba: peningkatan jumlah klien/ masyarakat yang dilayani, perluasan cakupan geografis, atau peningkatan program yang ditawarkan.

ALTERNATIF STRATEGI

- Strategi konsentrasi:

Strategi pertumbuhan di mana perusahaan memusatkan lini bisnis utamanya dan mencari cara untuk mencapai sasaran pertumbuhan melalui peningkatan level operasi dalam bisnis utamanya. (+) Perusahaan menjadi sangat tahu dan menguasai apa yang

dilakukannya (-) Perusahaan menjadi mudah diserang oleh industri lain dan oleh perubahan lingkungan eksternal lainnya.

- **Strategi integrasi vertikal:**

Usaha perusahaan untuk memperoleh kendali terhadap inputnya (*backward*), terhadap outputnya (*forward*), atau keduanya. (+) Mengurangi biaya penjualan dan pembelian, memperbaiki koordinasi antar fungsi dan kapabilitas, melindungi hak kepemilikan terhadap teknologi. (-) Mengurangi fleksibilitas, kesulitan dalam mengintegrasikan bermacam operasi, beban finansial ketika memulai usaha atau akuisisi.

- **Strategi integrasi horizontal:**

Memperluas operasi perusahaan dengan menggabungkan perusahaannya dengan perusahaan lain dalam industri yang sama dan melakukan hal yang sama dengannya. Dilakukan melalui merger antar perusahaan dalam industri yang sama.

STRATEGI PERTUMBUHAN

Implementasi

- **Merger:** transaksi yang sah di mana dua atau lebih perusahaan menggabungkan operasionalnya melalui bursa saham, namun hanya tinggal satu entitas perusahaan yang masih ada
- **Akuisisi:** pembelian secara sekaligus suatu perusahaan oleh perusahaan lain

STRATEGI STABILITAS

Dapat diterapkan dalam situasi:

- Industri berada pada fase pergolakan dengan beberapa industri kunci dan tekanan dari luar yang secara drastis berubah menyebabkan situasi masa depan menjadi sangat tidak dapat diprediksi.
- Ketika tidak adanya peluang pada industri atau hanya terdapat sedikit peluang pertumbuhan pada industry.
- Ketika organisasi berada dalam tahap awal pertumbuhan.

- Digunakan oleh organisasi besar pada tahap *maturity* dalam *industri life cycle*.
- Strategi stabilitas merupakan strategi jangka pendek, karena itu sebaiknya strategi ini tidak digunakan organisasi dalam jangka waktu yang lama.
- Strategi stabilitas memberikan organisasi waktu “istirahat” dan mempersiapkan diri kembali untuk menghadapi persaingan ke depan.

STRATEGI PEMBARUAN

- Pengurangan (*retrenchment*)
- Strategi jangka pendek yang didesain untuk mengatasi kelemahan organisasi yang mengakibatkan penurunan kinerja organisasi.
- Perubahan haluan (*turnaround*).
- Strategi yang didesain untuk situasi ketika kinerja organisasi semakin memburuk.



SOAL LATIHAN/TUGAS

1. Pada strategi pertumbuhan terdapat beberapa alternatif strategi, jelaskan masing-masing alternatif strategi tersebut?
2. Berikan contoh dan jelaskan perusahaan yang melakukan strategi korporat?
3. Bagaimanakah caranya Manajemen Strategi berkontribusi untuk membangun keunggulan kompetitif untuk perusahaan?
4. Jika anda adalah Manager Strategi pada Body Shop, bagaimanakah garis besar Manajemen Strategi yang akan anda terapkan di sana?

DAFTAR PUSTAKA

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



