

DAFTAR ISI

PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vi
BAB I PEMIKIRAN MANAJEMEN STRATEGI.....	1
1.1. “ <i>Why</i> ” Manajemen Strategis?	3
1.2. Strategi 5P	5
1.2.1. Strategi sebagai Rencana (<i>Plan</i>)	5
1.2.2. Strategi sebagai Taktik (<i>Ploys</i>)	8
1.2.3. Strategi sebagai Pola (<i>Pattern</i>)	8
1.2.4. Strategi sebagai Posisi (<i>Position</i>).....	10
1.2.5. Strategi sebagai Perspektif.....	10
1.3. Proses Manajemen Strategi.....	13
1.3.1. Mengembangkan Strategic Vision, Mission, dan Core value.....	14
1.3.2. Menetapkan Tujuan	16
1.3.3. Perumusan Strategi	21
1.3.4. Mengeksekusi Strategi	29
1.3.5. Evaluasi Strategi	31
1.4. Intended, Emergent, and Realized Strategies.....	31
1.4.1. Strategi <i>Intended</i>	33
1.4.2. Emergent Strategies	35
1.4.3. Realized Strategy (Strategi yang Direalisasikan).....	35
1.4.4. <i>Deliberate Strategy</i> (Strategi yang Disengaja) dan <i>Emergent Strategy</i> (Strategi yang Muncul)	36
1.4.5. Umbrella Strategies (Strategi Payung).....	39
1.4.6. Strategi Perusahaan Sebagian Proaktif dan Sebagian Reaktif.....	40
BAB II SEJARAH DAN PERKEMBANGAN TEORI MANAJEMEN STRATEGI	49

2.1.	Strategi Militer di Zaman Kuno.....	50
2.1.1.	Strategi di Zaman Kuno.....	50
2.1.2.	Intisari Strategi Militer	51
2.1.3.	Strategi Bisnis dan Militer	52
2.2.	Strategis sebagai Ilmu Pengetahuan	55
2.3.	Bagaimana Pengujian Strategi yang Unggul?	58
2.3.1.	<i>The Fit Test</i> (Tes Kecocokan)	58
2.3.2.	Tes Keunggulan Kompetitif	58
2.3.3.	<i>The Performance Test</i> (Uji Kinerja).....	59
2.4.	Apakah Prioritas dalam Menyusun Strategi?	60
2.4.1.	Strategi Merupakan Kunci Manajemen	60
2.4.2.	Manfaat Strategi terhadap Kinerja.....	60
2.5.	Etika Strategi Perusahaan	62
2.5.1.	Kasus Moral dan Pelanggaran Etika.....	62
2.5.2.	Kasus Bisnis dan Aplikasi Strategi.....	62
BAB III	STRATEGI PADA PERSEPSI PASAR.....	71
3.1.	Pemahaman tentang Strategi Bisnis	72
3.1.1.	Bisnis	72
3.1.2.	Strategi Bisnis.....	74
3.2.	Strategi Mengelola Pasar	74
3.3.	Tinjauan Mendalam Lingkungan Eksternal.....	76
3.3.1.	Tinjauan Mendalam Pelanggan	77
3.3.2.	Tinjauan Mendalam Pesaing	80
3.3.3.	Tinjauan Mendalam Pasar dan Subpasar.....	92
3.3.4.	Tinjauan Mendalam Lingkungan dan <i>Uncertainty Strategic</i>	97
3.4.	Tinjauan Mendalam Lingkungan Internal	99
3.4.1.	Kinerja Keuangan.....	100
3.4.2.	Pengukuran Kinerja – di Luar Profitabilitas.....	105
3.4.3.	Tinjauan Mendalam Menjadi Strategi	107
3.5.	Membangun dan Mengelola Ekuitas Merek.....	108
3.5.1.	<i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek).....	108

3.5.2.	Kesadaran Merek	108
3.5.3.	Loyalitas Merek	109
3.5.4.	Identitas Merek	111
BAB IV	RESOURCE BASED THEORY.....	123
4.1.	Teori Pendahuluan dari <i>Resource Based Theory</i>	125
4.1.1.	Karya Tradisional pada Kompetensi Khusus.....	125
4.1.2.	Ricardo's Analysis of Land Rents	126
4.1.3.	Penrose.....	128
4.1.4.	Implikasi <i>Antitrust</i> dalam Ekonomi	129
4.2.	Faktor Pasar Strategis dan Keunggulan Kompetitif.....	130
4.2.1.	Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan.....	137
4.2.2.	Persaingan dalam Lingkungan Homogen	139
4.2.3.	Sumber Keunggulan Bersaing dan Berkelanjutan	142
4.2.4.	Kerangka Kerja untuk Analisis Berbasis Sumber Daya: VRIO	146
4.3.	Teori Sumber Daya dan Kemampuan Organisasi.....	149
4.3.1.	Budaya dan Perilaku	149
4.3.2.	Kepercayaan dan Moral	151
4.3.3.	Tenaga Kerja yang Berkualitas	154
4.3.4.	Teknologi dan <i>Internet of Things</i> (IoT)	155
4.4.	Resource Based Theory dan Turunan Strategi.....	157
4.4.1.	Integrasi Tegak Lurus (Vertikal)	157
4.4.2.	Diversifikasi Perusahaan.....	159
4.4.3.	Merger dan Akuisisi.....	163
4.5.	Kondisi Perubahan di Era VUCA	165
4.5.1.	Volatility	167
4.5.2.	Uncertainty.....	168
4.5.3.	Complexity.....	169
4.5.4.	Ambiguity	170
4.5.5.	Menghadapi VUCA dalam Dunia Bisnis.....	170

BAB V	IMPLEMENTASI STRATEGI.....	182
5.1.	Tingkatan Strategi	185
5.1.1.	Strategi Perusahaan	187
5.1.2.	Strategi Bisnis.....	187
5.1.3.	Strategi Area Fungsional	188
5.2.	Strategi Integrasi.....	190
5.2.1.	Integrasi ke Depan (<i>Forward Integration</i>)	190
5.2.2.	Integrasi ke Belakang (<i>Backward Integration</i>).....	191
5.2.3.	Integrasi Horizontal	192
5.3.	Strategi Intensif	194
5.3.1.	Penetrasi Pasar.....	194
5.3.2.	Pengembangan Pasar	194
5.3.3.	Pengembangan Produk	196
5.4.	Strategi Diversifikasi	197
5.4.1.	Diversifikasi Berhubungan	198
5.4.2.	Strategi Diversifikasi Produk yang Tidak Berkaitan	199
5.5.	Strategi Defensif.....	201
5.5.1.	<i>Retrenchment</i>	201
5.5.2.	Divestasi	202
5.5.3.	Likuidasi	203
5.6.	Lima Strategi Generik Michael Porter.....	203
5.6.1.	Strategi Kepemimpinan pada Biaya	205
5.6.2.	Strategi Diferensiasi	209
5.6.3.	Strategi Fokus.....	211
5.6.4.	Strategi untuk Bersaing di Pasar yang Bergolak dan Berkecepatan Tinggi.....	212
5.6.5.	Kesuksesan Sebuah Strategi	213
DAFTAR PUSTAKA.....		224
GLOSARIUM		228
INDEKS		232
TENTANG PENULIS		235