

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan makalah ini dengan baik. Makalah ini berjudul "Adaptasi terhadap perubahan Manajemen strategi"

Penyusunan makalah ini tentu tidak akan terwujud tanpa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan yang sangat berharga dalam proses penyusunan makalah ini. Selain itu, saya juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Saya menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari sempurna, dan oleh karena itu saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga makalah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca,

Demikianlah kata pengantar ini saya buat. Semoga makalah ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pembelajaran sastra Indonesia.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan .....	2
<b>BAB II. PEMBAHASAN.....</b>	<b>3</b>
A. Pengertian Manajemen Strategi .....	3
B. Perubahan dalam Manajemen Strategi.....	4
C. Pentingnya Adaptasi dalam Manajemen Strategi .....	6
D. Langkah-langkah Adaptasi Strategi .....	7
<b>BAB III. PENUTUP.....</b>	<b>9</b>
A. KESIMPULAN.....	9
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Dalam era globalisasi dan revolusi industri 4.0, dinamika lingkungan bisnis mengalami perubahan yang sangat cepat dan tidak terduga. Perusahaan menghadapi tantangan eksternal seperti fluktuasi pasar global, perkembangan teknologi digital, persaingan yang semakin ketat, serta perubahan preferensi dan perilaku konsumen. Perubahan ini menuntut organisasi untuk tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga tanggap dan adaptif dalam mengelola strategi bisnis mereka (Wheelen & Hunger, 2012).

Manajemen strategi, yang awalnya bersifat jangka panjang dan terencana, kini dituntut untuk lebih fleksibel dan dinamis. Strategi yang kaku dan tidak mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis dapat menyebabkan organisasi kehilangan daya saing dan mengalami kemunduran. Oleh karena itu, kemampuan adaptasi menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan manajemen strategi di era yang terus berubah ini (David, 2011).

Adaptasi dalam konteks manajemen strategi merujuk pada kemampuan organisasi untuk mengenali, merespons, dan mengantisipasi perubahan eksternal dengan cepat dan tepat. Perusahaan yang adaptif biasanya memiliki keunggulan dalam kecepatan inovasi, kemampuan membaca tren pasar, serta efisiensi dalam pengambilan keputusan strategis. Sebaliknya, perusahaan yang tidak mampu beradaptasi akan tertinggal dan terancam eksistensinya (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 2005).

Contoh nyata dapat dilihat dari keberhasilan perusahaan seperti Amazon dan Google dalam melakukan adaptasi strategis. Amazon, misalnya, tidak hanya mengandalkan e-commerce, tetapi juga memperluas bisnis ke bidang cloud computing dan teknologi kecerdasan buatan (AI), sebagai respon terhadap kebutuhan dan perkembangan zaman. Sebaliknya, kegagalan perusahaan seperti Kodak dalam mengantisipasi perubahan dari kamera analog ke digital menjadi pelajaran penting tentang pentingnya adaptasi strategi dalam manajemen modern (Grant, 2016).

Dengan melihat kenyataan tersebut, penting bagi organisasi untuk tidak hanya menyusun strategi, tetapi juga membangun sistem dan budaya organisasi yang mampu beradaptasi secara berkelanjutan. Kemampuan adaptasi tidak hanya ditentukan oleh visi manajemen puncak, tetapi juga keterlibatan seluruh elemen organisasi dalam menciptakan sistem yang tanggap terhadap perubahan. Oleh karena itu, pembahasan tentang adaptasi

terhadap perubahan dalam manajemen strategi menjadi sangat relevan untuk dikaji dalam konteks saat ini.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

1. Apa Pengertian Manajemen Strategi ?
2. Bagaimana Perubahan dalam Manajemen Strategi ?
3. Bagaimana Pentingnya Adaptasi dalam Manajemen Strategi ?
4. Apa Langkah-langkah Adaptasi Strategi ?

## **C. TUJUAN**

1. Untuk mengetahui Apa Pengertian Manajemen Strategi
2. Untuk mengetahui Bagaimana Perubahan dalam Manajemen Strategi
3. Untuk mengetahui Bagaimana Pentingnya Adaptasi dalam Manajemen Strategi
4. Untuk mengetahui Apa Langkah-langkah Adaptasi Strategi

## **BAB II**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. PENGERTIAN MANAJEMEN STRATEGI**

Manajemen strategi merupakan bidang ilmu manajemen yang berfokus pada formulasi, implementasi, dan evaluasi keputusan-keputusan strategis yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Menurut David (2011), manajemen strategi adalah seni dan ilmu penyusunan, pelaksanaan, serta evaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuan jangka panjangnya. Definisi ini menekankan bahwa manajemen strategi tidak hanya proses administratif, tetapi juga merupakan seni dalam membaca peluang dan tantangan lingkungan yang kompleks.

Manajemen strategi berawal dari pemikiran bahwa organisasi tidak dapat beroperasi dalam ruang hampa, melainkan selalu berinteraksi dengan lingkungan eksternal yang penuh dengan dinamika dan ketidakpastian. Oleh karena itu, strategi diperlukan sebagai panduan arah organisasi dalam mengambil keputusan penting, seperti ekspansi pasar, inovasi produk, efisiensi operasional, dan pengelolaan sumber daya manusia (Wheelen & Hunger, 2012).

Dalam perspektif yang lebih luas, Johnson, Scholes, dan Whittington (2008) menjelaskan bahwa manajemen strategi adalah arah dan ruang lingkup jangka panjang suatu organisasi, yang dicapai melalui konfigurasi sumber daya untuk memenuhi kebutuhan pasar dan mengoptimalkan keunggulan kompetitif. Ini menegaskan bahwa strategi bukan sekadar reaksi terhadap kondisi saat ini, tetapi merupakan tindakan proaktif dalam menciptakan masa depan yang diinginkan.

Manajemen strategi terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu:

##### **1. Perumusan Strategi (Strategy Formulation)**

Tahapan ini meliputi identifikasi visi dan misi organisasi, analisis lingkungan eksternal dan internal (melalui SWOT, PESTEL, atau analisis Porter), serta penetapan tujuan strategis. Strategi dirumuskan dengan mempertimbangkan berbagai skenario agar fleksibel terhadap perubahan kondisi lingkungan.

##### **2. Implementasi Strategi (Strategy Implementation)**

Tahapan ini merupakan proses penerapan strategi yang telah dirumuskan ke dalam tindakan nyata. Ini mencakup penyusunan kebijakan, alokasi sumber daya, pembentukan struktur organisasi, serta pemberdayaan sumber daya manusia untuk mendukung pencapaian tujuan strategis.

### 3. **Evaluasi dan Pengendalian Strategi (Strategy Evaluation and Control)**

Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas strategi yang diterapkan, serta melakukan koreksi jika terjadi penyimpangan. Dalam kondisi lingkungan yang cepat berubah, evaluasi berperan penting untuk memastikan bahwa strategi tetap relevan dan adaptif (Pearce & Robinson, 2013).

Manajemen strategi juga berkaitan erat dengan keberlanjutan organisasi (sustainability). Strategi yang baik tidak hanya fokus pada pencapaian keuntungan jangka pendek, tetapi juga mempertimbangkan keberlanjutan jangka panjang dari segi sosial, ekonomi, dan lingkungan (Porter & Kramer, 2011).

Dalam konteks organisasi modern, terutama yang menghadapi transformasi digital, manajemen strategi juga mengharuskan adanya pemahaman terhadap teknologi baru, model bisnis disruptif, dan kemampuan organisasi dalam melakukan inovasi secara terus-menerus. Oleh karena itu, manajemen strategi kini bukan hanya tanggung jawab top management, tetapi harus melibatkan seluruh komponen organisasi melalui pendekatan kolaboratif dan adaptif (Kaplan & Norton, 2004).

## **B. PERUBAHAN DALAM MANAJEMEN STRATEGI**

Perubahan dalam manajemen strategi merupakan sebuah keniscayaan yang harus dihadapi oleh organisasi seiring dengan perkembangan zaman, globalisasi, dan kemajuan teknologi. Manajemen strategi yang dulunya bersifat linier, statis, dan berjangka panjang kini telah berevolusi menjadi lebih fleksibel, dinamis, dan berorientasi pada respons cepat terhadap perubahan lingkungan eksternal maupun internal (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 2005).

Perubahan ini terjadi karena dunia usaha saat ini berada dalam kondisi yang sangat volatil, tidak pasti, kompleks, dan ambigu—atau yang dikenal dengan istilah **VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity)**. Kondisi ini menuntut organisasi untuk tidak hanya mengandalkan perencanaan jangka panjang yang kaku, tetapi juga kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan situasi pasar, regulasi pemerintah, tren teknologi, hingga preferensi konsumen (Bennett & Lemoine, 2014).

### **1. Transformasi Teknologi dan Digitalisasi**

Salah satu faktor utama yang mendorong perubahan dalam manajemen strategi adalah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Digitalisasi mengubah model bisnis tradisional menjadi berbasis platform, data, dan otomatisasi. Strategi yang sebelumnya berfokus pada produk kini bergeser ke arah layanan digital dan pengalaman pelanggan (Kaplan

&Norton, 2004). Contohnya, perusahaan ritel seperti Walmart kini harus bersaing dengan e-commerce seperti Amazon yang menerapkan strategi digital agresif.

Transformasi digital menuntut perusahaan untuk mengubah pola pikir strategis dari “pengendalian dan perintah” menjadi “kolaboratif dan eksperimental.” Perusahaan yang gagal menyesuaikan strategi digitalnya sering kali kehilangan daya saing secara drastis.

## **2. Pendekatan Strategi yang Lebih Agile dan Adaptif**

Strategi tidak lagi disusun hanya sekali dalam satu tahun, melainkan harus ditinjau dan diperbarui secara berkala. Pendekatan **agile strategy** mulai banyak digunakan dalam manajemen modern. Pendekatan ini menekankan pada iterasi cepat, feedback berkelanjutan, dan kemampuan melakukan pivot (perubahan arah strategis) dengan lincah (Doz & Kosonen, 2008).

Dalam konteks ini, peran pemimpin strategis tidak lagi hanya sebagai perencana, tetapi juga sebagai fasilitator perubahan, pemberi inspirasi, dan pendukung pembelajaran organisasi secara terus-menerus.

## **3. Fokus pada Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial**

Perubahan strategi juga mencakup perluasan tujuan dari sekadar keuntungan ekonomi menjadi triple bottom line: **profit, people, dan planet**. Organisasi saat ini dituntut untuk menerapkan strategi berkelanjutan (sustainable strategy) yang mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan. Strategi yang tidak mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial kini mulai ditinggalkan karena tidak sejalan dengan tuntutan stakeholder yang lebih sadar lingkungan dan etika (Porter & Kramer, 2011).

## **4. Perubahan Peran Sumber Daya Manusia dalam Strategi**

Dalam paradigma lama, sumber daya manusia hanya dianggap sebagai pelaksana strategi. Namun kini, SDM adalah bagian penting dari formulasi dan inovasi strategi. Organisasi modern memandang bahwa inovasi dan keunggulan kompetitif berasal dari kemampuan kolektif sumber daya manusianya untuk berpikir strategis, kreatif, dan adaptif (Barney & Hesterly, 2015).

## **5. Desentralisasi Pengambilan Keputusan Strategis**

Perubahan strategi juga ditandai dengan pergeseran dari sentralisasi ke desentralisasi. Unit-unit bisnis lokal atau divisi khusus kini memiliki otonomi lebih besar untuk merespons kebutuhan pasar lokal dengan strategi yang sesuai. Hal ini menciptakan kelincahan dalam organisasi, karena keputusan tidak lagi hanya menunggu dari pusat, melainkan dapat diambil cepat sesuai dengan konteks masing-masing.

Perubahan dalam manajemen strategi mencerminkan evolusi kebutuhan dunia usaha yang semakin kompleks dan menuntut kecepatan adaptasi tinggi. Organisasi yang mampu menyelaraskan perubahannya dengan kebutuhan pasar, teknologi, dan nilai-nilai sosial akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan global.

### **C. PENTINGNYA ADAPTASI DALAM MANAJEMEN STRATEGI**

Adaptasi merupakan kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri terhadap dinamika perubahan lingkungan baik internal maupun eksternal. Dalam konteks manajemen strategi, adaptasi bukan sekadar keharusan, melainkan menjadi kunci utama keberlangsungan dan keunggulan kompetitif jangka panjang suatu organisasi. Ketika lingkungan bisnis berubah dengan cepat—didorong oleh disrupsi teknologi, perubahan regulasi, globalisasi, dan krisis seperti pandemi—maka organisasi yang tidak mampu beradaptasi akan mengalami stagnasi bahkan kegagalan (Kotter, 2012).

#### **1. Adaptasi sebagai Respons terhadap Ketidakpastian Lingkungan**

Lingkungan bisnis tidak pernah statis. Perubahan dapat terjadi secara tiba-tiba dan membawa konsekuensi besar bagi strategi yang telah dirancang. Oleh karena itu, manajemen strategi harus menjadi proses yang fleksibel, bukan hanya berorientasi pada rencana jangka panjang, tetapi juga pada pengambilan keputusan yang cepat dan tepat saat kondisi berubah (Ansoff & McDonnell, 1990). Adaptasi memungkinkan organisasi melakukan penyesuaian secara proaktif, bukan reaktif, sehingga lebih siap menghadapi tantangan.

#### **2. Mendukung Proses Inovasi dan Transformasi Organisasi**

Perusahaan yang mampu beradaptasi dengan baik cenderung lebih inovatif. Adaptasi menciptakan ruang bagi organisasi untuk mengevaluasi ulang proses internal, produk, layanan, hingga model bisnis yang digunakan. Misalnya, transformasi digital yang dilakukan oleh perusahaan ritel tradisional menjadi e-commerce merupakan bentuk adaptasi strategis terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen (Teece, Peteraf, & Leih, 2016).

Tanpa kemampuan beradaptasi, inovasi sulit muncul karena organisasi akan terpaku pada strategi lama yang sudah tidak relevan. Dengan demikian, adaptasi menjadi fondasi dari transformasi yang berkelanjutan.

#### **3. Menjaga Relevansi dan Daya Saing Organisasi**

Dalam pasar yang kompetitif, adaptasi strategi sangat penting agar perusahaan tetap relevan di mata pelanggan dan stakeholder lainnya. Perusahaan seperti Nokia dan Kodak menjadi contoh nyata bagaimana kurangnya kemampuan adaptif terhadap perubahan

teknologi dan kebutuhan pasar dapat menyebabkan kejatuhan. Sebaliknya, perusahaan seperti Apple dan Netflix menunjukkan keberhasilan dalam mengadaptasi strategi bisnis mereka dari waktu ke waktu (Grant, 2016).

Adaptasi membantu organisasi menyusun kembali posisi strategisnya di pasar, memahami kebutuhan pelanggan, serta mengevaluasi kompetensi inti yang dimiliki agar tetap unggul di tengah kompetisi.

#### **4. Mengembangkan Budaya Organisasi yang Responsif**

Adaptasi bukan hanya berkaitan dengan strategi di atas kertas, melainkan menyentuh nilai dan budaya organisasi. Organisasi yang adaptif adalah organisasi yang secara budaya mendorong pembelajaran terus-menerus, terbuka terhadap perubahan, dan memberi ruang bagi kreativitas serta pengambilan keputusan berbasis data (Senge, 2006). Dengan budaya seperti ini, seluruh elemen organisasi—dari pimpinan hingga staf—dapat bergerak selaras dalam merespons perubahan yang terjadi.

#### **5. Mengurangi Risiko Kegagalan Strategi**

Ketika organisasi tidak dapat menyesuaikan strategi dengan konteks yang berubah, risiko kegagalan meningkat. Adaptasi dapat berfungsi sebagai mekanisme kontrol strategis, yaitu melakukan penyesuaian secara berkala terhadap tujuan, arah, dan implementasi strategi. Dengan demikian, adaptasi juga berfungsi sebagai bentuk mitigasi risiko yang sangat penting dalam eksekusi manajemen strategi (Wheelen & Hunger, 2015).

Adaptasi bukan hanya penting, tetapi sangat vital dalam manajemen strategi modern. Kemampuan adaptif merupakan penentu kelangsungan hidup organisasi dalam menghadapi tantangan masa depan. Organisasi yang adaptif adalah organisasi yang tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh, berevolusi, dan memimpin dalam era yang penuh perubahan.

### **D. LANGKAH-LANGKAH ADAPTASI STRATEGI**

Adaptasi strategi adalah proses dinamis yang mengharuskan organisasi untuk secara aktif menyesuaikan arah strategis mereka terhadap perubahan lingkungan internal dan eksternal. Adaptasi ini tidak bersifat instan, melainkan harus melalui sejumlah tahapan sistematis dan terencana agar dapat mengoptimalkan hasil serta meminimalisir risiko kegagalan. Berikut adalah langkah-langkah penting dalam proses adaptasi strategi:

#### **1. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal**

Langkah pertama dalam proses adaptasi strategi adalah melakukan **analisis lingkungan**, baik eksternal maupun internal. Analisis eksternal mencakup identifikasi peluang dan ancaman melalui alat seperti **PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi,**

**Lingkungan, Legal)** serta **analisis industri Porter**. Sementara itu, analisis internal dilakukan untuk memahami kekuatan dan kelemahan organisasi, biasanya melalui alat seperti **analisis SWOT** dan **VRIO**.

Analisis ini penting karena adaptasi strategi harus berdasarkan data dan informasi yang akurat agar organisasi tidak hanya bereaksi terhadap perubahan, tetapi juga dapat mengantisipasi perubahan tersebut secara strategis (Wheelen & Hunger, 2015).

## **2. Evaluasi Strategi yang Sedang Berjalan**

Setelah memahami konteks lingkungan, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi strategi yang saat ini diterapkan. Evaluasi ini mencakup efektivitas strategi dalam mencapai visi, misi, dan tujuan organisasi. Pertanyaan kunci yang perlu dijawab antara lain:

- Apakah strategi saat ini masih relevan?
- Apakah terdapat ketidaksesuaian antara rencana dan hasil yang dicapai?
- Faktor eksternal apa yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan strategi?

Evaluasi ini bersifat reflektif dan menjadi dasar kuat untuk menentukan perubahan arah strategi (David & David, 2017).

## **3. Identifikasi Kebutuhan Perubahan Strategis**

Berdasarkan hasil analisis dan evaluasi, organisasi harus mengidentifikasi **area mana yang membutuhkan penyesuaian strategis**, baik dalam hal tujuan, taktik, struktur organisasi, hingga proses operasional. Pada tahap ini, organisasi juga harus mempertimbangkan urgensi perubahan: apakah bersifat jangka pendek, menengah, atau jangka panjang.

Adaptasi strategi tidak selalu berarti perubahan total, bisa juga berupa penyesuaian minor yang bersifat incremental. Namun, dalam situasi tertentu, perubahan radikal mungkin dibutuhkan, misalnya ketika terjadi disrupsi teknologi atau krisis besar (Burnes, 2017).

## **4. Pengembangan Alternatif Strategi Baru**

Langkah ini melibatkan **formulasi ulang strategi** berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan. Tim manajemen perlu mengembangkan beberapa alternatif strategi yang mungkin diterapkan, lalu melakukan analisis terhadap masing-masing alternatif dari segi kelayakan, risiko, dan dampaknya terhadap organisasi.

Model seperti **balanced scorecard**, **strategic fit**, atau **Blue Ocean Strategy** dapat digunakan sebagai kerangka kerja untuk menyusun dan mengevaluasi alternatif strategi baru (Kaplan & Norton, 2004).

## 5. Implementasi Perubahan Strategi

Tahap implementasi adalah ujian nyata dari adaptasi strategi. Di sini, penting untuk memastikan bahwa sumber daya yang dibutuhkan tersedia dan seluruh bagian organisasi—terutama pimpinan dan karyawan—mendukung perubahan tersebut.

Implementasi memerlukan komunikasi yang efektif, perubahan struktur organisasi jika perlu, serta pelatihan bagi karyawan agar siap menjalankan strategi baru. Kesalahan implementasi seringkali lebih fatal daripada kesalahan perencanaan (Kotter, 2012).

## 6. Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan

Langkah terakhir adalah melakukan **monitoring** dan **evaluasi secara berkala**. Adaptasi strategi bukan proses sekali jalan, melainkan proses berkelanjutan yang harus terus disempurnakan. Dengan menetapkan **key performance indicators (KPI)** dan alat pengukur lainnya, organisasi dapat menilai apakah strategi yang telah diadaptasi memberikan hasil yang diharapkan atau perlu disesuaikan kembali.

Organisasi yang berhasil dalam adaptasi strategi adalah organisasi yang terus belajar (*learning organization*) dan tanggap terhadap dinamika yang terjadi (Senge, 2006).

Langkah-langkah adaptasi strategi harus dilakukan secara sistematis mulai dari analisis hingga evaluasi. Proses ini menuntut kepemimpinan yang kuat, budaya organisasi yang terbuka terhadap perubahan, serta sistem informasi yang akurat. Tanpa langkah yang terstruktur, adaptasi strategi akan menjadi reaktif dan tidak efektif.

## **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Manajemen strategi merupakan elemen kunci dalam keberlangsungan dan daya saing organisasi di tengah lingkungan yang dinamis dan penuh ketidakpastian. Dalam praktiknya, strategi tidak bisa bersifat statis, melainkan harus adaptif terhadap berbagai perubahan eksternal seperti perkembangan teknologi, perubahan preferensi pasar, krisis global, hingga perubahan regulasi. Oleh karena itu, kemampuan organisasi untuk **melakukan adaptasi strategi secara tepat dan cepat** menjadi faktor penentu keberhasilan jangka panjang.

Adaptasi strategi bukan hanya sebatas merespons perubahan, tetapi juga melibatkan **analisis mendalam terhadap kondisi lingkungan dan internal organisasi**, evaluasi terhadap strategi yang sedang berjalan, hingga perumusan serta implementasi strategi baru yang lebih relevan dengan kondisi aktual. Proses adaptasi ini membutuhkan kepemimpinan yang visioner, struktur organisasi yang fleksibel, budaya inovatif, serta sistem monitoring dan evaluasi yang berkelanjutan.

Organisasi yang mampu beradaptasi dengan baik terhadap perubahan manajemen strategi akan lebih tangguh dalam menghadapi tantangan, serta memiliki peluang lebih besar untuk bertumbuh dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Industri. (2021). *Adaptasi Strategi Perusahaan di Era Disrupsi*. Diakses dari: <https://bpsdmi.kempenperin.go.id/artikel/adaptasi-strategi-perusahaan-di-era-disrupsi>
- Kompas.com. (2022). *Strategi Bisnis: Pengertian, Jenis, dan Contohnya*. Diakses dari: <https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/10/150000369/strategi-bisnis--pengertian-jenis-dan-contohnya>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia.(2020). *Manajemen Strategis untuk Kinerja Organisasi Pemerintah yang Lebih Baik*. Diakses dari: <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/manajemen-strategis-untuk-kinerja-organisasi-pemerintah-yang-lebih-baik/>
- Katadata.co.id. (2023). *Apa Itu Manajemen Strategis? Pengertian, Tujuan, dan Prosesnya*. Diakses dari: <https://katadata.co.id/safrezi/digital/63e4fddb1fb01/apa-itu-manajemen-strategis-pengertian-tujuan-dan-prosesnya>
- Universitas Terbuka. (2021). *Konsep Dasar Manajemen Strategi*. Diakses dari: <https://repository.ut.ac.id/7853/1/MAN4211.pdf>
- Binus University.(2021). *Pentingnya Adaptasi Strategi Bisnis di Era Perubahan Cepat*. Diakses dari: <https://binus.ac.id/malang/2021/09/pentingnya-adaptasi-strategi-bisnis-di-era-perubahan-cepat/>