

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan makalah yang berjudul “**Jenis-Jenis Strategi**” ini dengan baik dan tepat waktu. Makalah ini disusun sebagai salah satu bentuk tugas akademik sekaligus sebagai upaya memperdalam pemahaman mengenai konsep dan penerapan strategi dalam berbagai bidang kehidupan, khususnya dalam dunia organisasi dan manajemen.

Dalam proses penyusunan makalah ini, penulis memperoleh bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak.

Penulis menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan karya ini di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga makalah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi tambahan wawasan dalam memahami strategi secara lebih mendalam.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan.....	2
BAB II. PEMBAHASAN.....	3
A. Pengertian Strategi.....	3
B. Jenis-Jenis Strategi.....	3
C. Penerapan Strategi.....	7
BAB III. PENUTUP.....	10
A. KESIMPULAN.....	10
DAFTAR PUSTAKA.....	11

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dalam kehidupan organisasi, institusi, dan bahkan dalam kehidupan pribadi, strategi memegang peranan penting dalam menentukan arah dan pencapaian tujuan yang ingin dicapai. Dalam konteks manajemen modern, strategi tidak hanya dipahami sebagai rencana jangka panjang semata, tetapi mencakup cara berpikir sistematis yang mempertimbangkan faktor internal maupun eksternal secara holistik. Perencanaan tanpa strategi ibarat kapal tanpa arah, sehingga sangat rentan terhadap perubahan dan gangguan yang datang dari lingkungan (Hasibuan, 2017).

Strategi memiliki peran sentral dalam menciptakan keunggulan bersaing. Dalam dunia bisnis, organisasi harus mampu menyesuaikan strategi dengan kondisi pasar, kebutuhan konsumen, serta tren global yang terus berkembang. Dalam pendidikan, strategi dibutuhkan untuk menyusun pendekatan pembelajaran yang adaptif terhadap kebutuhan siswa dan kurikulum yang berlaku. Bahkan dalam sektor pemerintahan, strategi sangat diperlukan dalam merumuskan kebijakan publik yang berdampak luas bagi masyarakat (Siagian, 2009).

Jenis-jenis strategi yang dikembangkan pun sangat beragam. Misalnya, strategi pertumbuhan digunakan oleh perusahaan yang ingin memperluas pasarnya, sementara strategi bertahan digunakan ketika organisasi berada dalam posisi stabil dan ingin mempertahankan kondisinya. Strategi lainnya seperti strategi fungsional dan operasional mendukung keberhasilan implementasi kebijakan dari level paling dasar dalam organisasi (Sutrisno, 2016).

Dunia yang semakin kompetitif dan kompleks menuntut organisasi untuk tidak hanya memiliki strategi, tetapi juga memilih jenis strategi yang paling tepat sesuai konteks. Kesalahan dalam memilih strategi dapat berakibat fatal terhadap keberlangsungan organisasi. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai jenis-jenis strategi menjadi penting untuk dikuasai oleh siapa pun yang terlibat dalam pengambilan keputusan strategis.

Dalam makalah ini, penulis akan membahas secara sistematis pengertian dan jenis-jenis strategi yang digunakan dalam berbagai bidang, serta pentingnya memilih strategi yang sesuai agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif dan efisien.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Apa Pengertian Strategi ?
2. Apa Jenis-Jenis Strategi ?
3. Bagaimana Penerapan Strategi ?

C. TUJUAN

1. Untuk mengetahui Apa Pengertian Strategi
2. Untuk mengetahui Apa Jenis-Jenis Strategi
3. Untuk mengetahui Bagaimana Penerapan Strategi

BAB II

PEMBAHASAN

A. PENGERTIAN STRATEGI

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani “strategos” yang berarti seni atau ilmu sebagai seorang jenderal dalam peperangan. Dalam perkembangannya, istilah ini tidak hanya digunakan dalam dunia militer, tetapi juga dalam manajemen, pendidikan, bisnis, dan kehidupan organisasi secara luas. Strategi merupakan komponen penting yang menentukan arah dan tujuan suatu entitas agar dapat bertahan dan berkembang dalam lingkungan yang terus berubah.

Menurut Siagian (2009), strategi adalah suatu rencana yang bersifat menyeluruh dan terpadu yang menghubungkan potensi internal dengan tantangan eksternal dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi mencakup penentuan tujuan jangka panjang, pengalokasian sumber daya yang efektif, serta penetapan kebijakan yang mendukung.

Hasibuan (2017) menjelaskan bahwa strategi merupakan metode atau pendekatan dasar yang dipilih untuk mencapai tujuan tertentu dengan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Oleh karena itu, strategi bukan sekadar rencana teknis, tetapi menyangkut kebijakan menyeluruh yang akan menentukan arah tindakan organisasi.

Dalam dunia manajemen, strategi dijadikan sebagai kerangka kerja pengambilan keputusan jangka panjang yang fleksibel dan mampu merespons perubahan. Sementara itu, menurut Tjiptono (2015), strategi berfungsi sebagai alat untuk mencapai keunggulan bersaing dengan memanfaatkan kekuatan internal serta merespons dinamika eksternal secara tepat.

Dari berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah panduan atau arahan yang disusun secara sistematis dan menyeluruh, yang digunakan untuk mengoptimalkan sumber daya dan meraih tujuan secara efisien dan efektif. Strategi harus disesuaikan dengan kondisi lingkungan dan dievaluasi secara berkala agar tetap relevan.

B. JENIS-JENIS STRATEGI

Strategi tidak bersifat tunggal, melainkan terdiri dari berbagai jenis yang dikembangkan sesuai kebutuhan dan situasi organisasi atau individu. Pemilihan jenis strategi yang tepat

sangat penting karena akan menentukan efektivitas dalam mencapai tujuan yang telah direncanakan. Secara umum, strategi dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan tingkatan, fungsi, maupun orientasinya.

1. Strategi Korporat (Corporate Strategy)

Strategi korporat adalah strategi tingkat tertinggi dalam suatu organisasi yang berfungsi untuk mengarahkan keseluruhan aktivitas dan sumber daya perusahaan menuju tujuan jangka panjang. Strategi ini biasanya dirumuskan oleh manajemen puncak dan berkaitan dengan keputusan-keputusan besar seperti ekspansi, diversifikasi, akuisisi, atau restrukturisasi.

Karakteristik Strategi Korporat:

- Menentukanbidangusahaatauindustri mana yang akandimasukiperusahaan.
- Fokus pada pertumbuhanjangkapanjang dan nilaipemegangsaham.
- Mencakupalokasisumberdayaantar unit bisnisatau divisi.
- Berkaitan erat dengan visi, misi, dan tujuan utama organisasi.

Contoh Strategi Korporat:

- PT Telkom Indonesia memutuskanuntukbertransformasidariperusahaantelekomunikasimenjadiperusahaan digital (digital telco).
- Perusahaan holding memutuskanuntukmenambahlinibisnisbarusepertimasukkesektorenergiterbarukan.

2. Strategi Bisnis (Business Strategy)

Strategi bisnisberada di tingkat unit bisnisatau divisi. Strategi inibertujuanuntukmemenangkanpersaingan di dalamindustritertentu dan menyesuaikanprodukataulayananterhadapkebutuhan pasar yang spesifik.

Karakteristik Strategi Bisnis:

- Fokus pada bagaimana perusahaan berkompetisi di pasar tertentu.
- Menjawab pertanyaan seperti: *Bagaimana kita bisa bersaing?, Apa nilai tambah kita?*
- Mengelolakekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) di lingkungankompetitif.
- Menentukankeunggulankompetitif (differentiation, cost leadership, focus strategy).

Contoh Strategi Bisnis:

- Sebuahrestorancepatsajimenerapkan strategi diferensiasi dengan menawarkan menu sehatberbahanlokal.

- Sebuah toko online menggunakan strategi biaya rendah (cost leadership) dengan efisiensi operasional agar bisa menjual produk lebih murah.

3. Strategi Fungsional (Functional Strategy)

Strategi fungsional merupakan strategi yang diterapkan pada tingkat departemen atau fungsi tertentu dalam organisasi, seperti pemasaran, produksi, sumber daya manusia, keuangan, dan lain-lain. Strategi ini mendukung strategi bisnis dengan cara mengelola dan mengoptimalkan kegiatan operasional dalam fungsi tersebut.

Karakteristik Strategi Fungsional:

- Berfokus pada pengelolaan sumber daya dan aktivitas di area fungsional untuk mendukung strategi bisnis.
- Memperjelas cara setiap departemen berkontribusi pada pencapaian tujuan bisnis.
- Meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses di bidang fungsional.
- Contoh fungsi yang memiliki strategi fungsional: strategi pemasaran (marketing strategy), strategi produksi, strategi SDM, dan strategi keuangan.

Contoh Strategi Fungsional:

- Departemen pemasaran memutuskan fokus pada pemasaran digital untuk memperluas pangsa pasar.
- Departemen produksi menerapkan teknologi otomatisasi untuk meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya produksi.

4. Strategi Operasional (Operational Strategy)

Strategi operasional adalah strategi yang diterapkan pada tingkat operasional sehari-hari dalam organisasi. Strategi ini fokus pada proses pelaksanaan dan pengelolaan sumber daya untuk memastikan bahwa aktivitas harian berjalan sesuai dengan tujuan yang lebih besar.

Karakteristik Strategi Operasional:

- Berorientasi pada efisiensi dan efektivitas kegiatan rutin.
- Menentukan standar kerja, prosedur, dan proses produksi.
- Memastikan kualitas, kuantitas, waktu, dan biaya operasional terkelola dengan baik.
- Mendukung strategi fungsional dan bisnis melalui pelaksanaan yang konsisten.

Contoh Strategi Operasional:

- Penerapan sistem manajemen mutu ISO untuk menjaga standar kualitas produksi.
- Pengaturan jadwal kerja dan penggunaan mesin secara optimal agar produksi tepat waktu.

5. Strategi Bertahan, Bertumbuh, dan Kombinasi

Dalam konteks manajemen dan pengambilan keputusan, strategi tidak hanya terbatas pada jenis berdasarkan level organisasi (korporat, bisnis, fungsional, operasional), tetapi juga

bisa dikategorikan berdasarkan tujuan organisasi dalam menghadapi tantangan dan peluang. Tiga strategi utama yang sering digunakan adalah strategi bertahan, strategi bertumbuh, dan strategi kombinasi.

a. Strategi Bertahan (Defensive Strategy)

Strategi bertahan adalah pendekatan yang dilakukan organisasi untuk mempertahankan posisi atau eksistensinya di pasar atau lingkungan bisnis yang kompetitif, terutama ketika menghadapi ancaman seperti krisis ekonomi, tekanan kompetitif, atau penurunan pasar.

Ciri-ciri strategi bertahan:

- Fokus pada pengurangan risiko dan pengelolaan sumber daya dengan hati-hati.
- Mempertahankan pangsa pasar dan menghindari ekspansi berlebihan.
- Mengoptimalkan efisiensi operasional dan pengendalian biaya.
- Contoh tindakan: pengurangan biaya, pemangkasan produksi, pembekuan investasi baru.

b. Strategi Bertumbuh (Growth Strategy)

Strategi bertumbuh adalah strategi yang berfokus pada pengembangan dan ekspansi organisasi untuk meningkatkan pangsa pasar, memperbesar skala operasi, atau memperkenalkan produk dan layanan baru.

Ciri-ciri strategi bertumbuh:

- Melakukan ekspansi pasar, diversifikasi produk, atau peningkatan kapasitas produksi.
- Investasi aktif dalam inovasi dan pengembangan sumber daya.
- Meningkatkan penetrasi pasar dengan tujuan memperbesar keuntungan.
- Contoh tindakan: membukacabang baru, merger dan akuisisi, peluncuran produk baru.

c. Strategi Kombinasi (Combination Strategy)

Strategi kombinasi adalah perpaduan antara strategi bertahan dan bertumbuh yang dilakukan secara simultan untuk menjaga kestabilan sekaligus memanfaatkan peluang pertumbuhan. Strategi ini biasanya diterapkan oleh organisasi yang menghadapi kondisi pasar yang dinamis dan penuh ketidakpastian.

Ciri-ciri strategi kombinasi:

- Fleksibel dalam merespon tantangan dan peluang.
- Menjaga stabilitas inti bisnis sambil mencari peluang pengembangan.
- Mengelola risiko dengan menyeimbangkan antara pengeluaran dan investasi.

- Contoh tindakan: menahan investasi di beberapa lini produk, namun melakukan ekspansi pada lini produk unggulan.

Jenis-jenis strategi sangat beragam dan saling terkait satu sama lain. Strategi korporat menetapkan arah umum organisasi, strategi bisnis memberikan panduan bersaing di pasar, strategi fungsional dan operasional mendukung implementasi teknis, sedangkan strategi berdasarkan tujuan seperti pertumbuhan dan bertahan digunakan sesuai kebutuhan. Pemahaman terhadap jenis-jenis strategi ini memungkinkan manajemen mengambil keputusan yang lebih tepat dan responsif terhadap dinamika lingkungan.

C. PENERAPAN STRATEGI

Penerapan strategi adalah tahap kritis dalam proses manajemen strategis yang menentukan keberhasilan atau kegagalan sebuah organisasi dalam mencapai tujuan. Strategi yang baik tidak akan memberikan hasil optimal apabila tidak diterapkan secara efektif. Oleh karena itu, pelaksanaan strategi memerlukan perencanaan yang matang, koordinasi lintas fungsi, serta evaluasi berkala.

1. Makna Penerapan Strategi

Menurut Siagian (2009), penerapan strategi adalah proses pelaksanaan rencana strategis melalui pengorganisasian sumber daya, pelaksanaan kegiatan operasional, serta pengawasan yang sistematis untuk memastikan strategi berjalan sesuai dengan tujuan. Strategi tidak hanya disusun di atas kertas, tetapi harus diterjemahkan ke dalam tindakan nyata di seluruh tingkat organisasi.

Dalam konteks organisasi atau perusahaan, penerapan strategi mencakup penyusunan kebijakan, pembentukan struktur organisasi yang mendukung, penugasan sumber daya manusia, serta penciptaan sistem monitoring dan evaluasi.

2. Langkah-Langkah dalam Penerapan Strategi

Menurut Tjiptono (2015), proses penerapan strategi mencakup beberapa langkah utama, antara lain:

- **Pengorganisasian Strategis**
Merancang struktur organisasi yang sesuai dengan strategi. Organisasi harus adaptif dan fleksibel terhadap perubahan lingkungan strategis.
- **Pengelolaan Sumber Daya**
Mengalokasikan sumber daya secara efektif dan efisien, baik dalam hal keuangan, SDM, maupun waktu.
- **Pembangunan Budaya Organisasi yang Mendukung**

Strategi akan lebih mudah diterapkan jika didukung oleh budaya organisasi yang kuat, seperti nilai inovasi, kerjasama, dan orientasi hasil.

- **Pemberdayaan Karyawan**

Karyawan harus dilibatkan dalam proses penerapan strategi, melalui pelatihan, pelimpahan wewenang, dan motivasi kerja yang baik.

- **Monitoring dan Evaluasi**

Proses ini melibatkan pengukuran kinerja secara berkala, melakukan analisis penyimpangan, serta perbaikan strategi bila diperlukan.

3. Contoh Penerapan Strategi di Berbagai Sektor

- **Pendidikan:** Dalam dunia pendidikan, strategi pembelajaran seperti strategi pembelajaran aktif, kooperatif, atau berbasis masalah diterapkan untuk meningkatkan hasil belajar siswa. Guru berperan penting sebagai pelaksana strategi melalui perencanaan RPP dan pendekatan inovatif di kelas.
- **Bisnis:** Perusahaan menggunakan strategi pemasaran digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Implementasinya dilakukan melalui media sosial, kampanye SEO, atau penggunaan e-commerce.
- **Pemerintahan:** Pemerintah menerapkan strategi pembangunan daerah melalui perencanaan tata ruang, peningkatan infrastruktur, serta pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal.
- **Kesehatan:** Rumah sakit atau pusat layanan kesehatan menerapkan strategi pelayanan prima dengan peningkatan kualitas SDM, digitalisasi layanan, dan efisiensi operasional.

4. Faktor Pendukung dan Penghambat

Penerapan strategi dipengaruhi oleh berbagai faktor:

- **Pendukung:**
 - o Kepemimpinan yang visioner dan tegas
 - o Komunikasi yang efektif
 - o Kesiapan sumber daya manusia
 - o Teknologi yang mendukung
- **Penghambat:**
 - o Resistensi terhadap perubahan
 - o Kurangnya dana dan fasilitas
 - o Budaya kerja yang tidak mendukung

o Ketidakjelasan peran dan tanggungjawab

Menurut Sutrisno (2016), tantangan terbesar dalam penerapan strategi adalah membangun komitmen dari seluruh elemen organisasi agar strategi tidak hanya menjadi dokumen, tetapi menjadi budaya kerja.

Penerapan strategi memerlukan keseriusan, dukungan struktur organisasi, serta keterlibatan semua pihak dalam organisasi. Strategi yang baik dan realistis hanya akan berhasil jika dijalankan dengan manajemen yang efektif, sumber daya yang memadai, dan semangat kolaboratif. Oleh karena itu, keberhasilan implementasi strategi sangat bergantung pada konsistensi pelaksanaannya serta kemauan untuk menyesuaikan diri terhadap dinamika lingkungan.

BAB III

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Strategi merupakan elemen penting dalam proses manajemen, baik di bidang pendidikan, bisnis, pemerintahan, maupun sektor lainnya. Strategi tidak hanya sebagai rencana jangka panjang, tetapi juga sebagai panduan tindakan yang sistematis dan terukur untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif dan efisien.

Dari pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi adalah langkah terpadu dan terencana yang dirancang untuk menghadapi dinamika lingkungan serta mencapai tujuan organisasi secara maksimal. Pengertian strategi mencakup kemampuan merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi berbagai keputusan penting.
2. Jenis-jenis strategi sangat beragam, antara lain strategi korporat, strategi bisnis, strategi fungsional, dan strategi operasional. Masing-masing memiliki peran dan level pelaksanaan yang berbeda, namun saling terintegrasi demi kesuksesan organisasi secara keseluruhan.
3. Penerapan strategi merupakan hal penting dalam memastikan keberhasilan dari strategi yang telah dirumuskan. Faktor-faktor seperti kepemimpinan, pengelolaan sumber daya, komunikasi, dan budaya organisasi sangat berpengaruh terhadap keberhasilan penerapan strategi.

Secara keseluruhan, penguasaan terhadap konsep dan praktik strategi menjadi kebutuhan penting dalam manajemen modern. Dengan perencanaan yang matang, pelaksanaan yang konsisten, serta evaluasi yang berkesinambungan, strategi dapat membawa organisasi menuju keunggulan kompetitif dan pencapaian tujuan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Siagian, S. P. (2009). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nawawi, H. (2003). *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Winardi, J. (2007). *Manajemen Perilaku Organisasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.