



Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE., MM.
 Dr. Afzil Ramadian, S. T, M.M. Tr.
 M. Zulkifli Salim, S.E., M.Sc., Ph.D.
 Farah Chalida Hanoum Tejanagara, S.P., M.M..

MANAJEMEN PERUBAHAN **DAN** STRATEGI BISNIS KORPORASI

MANAJEMEN PERUBAHAN DAN STRATEGI BISNIS KORPORASI

Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE., MM.

Dr. Afzil Ramadian, S. T, M.M. Tr.

M. Zulkifli Salim, S.E., M.Sc., Ph.D.

Farah Chalida Hanoum Tejanagara, S.P., M.M.

MANAJEMEN PERUBAHAN DAN STRATEGI BISNIS KORPORASI

Edisi Pertama
Copyright @ 2023

ISBN 978-623-130-221-2
145 h.
14,8 x 21 cm
cetakan ke-1, 2023

Penulis

Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE., MM.
Dr. Afzil Ramadian, S. T, M.M. Tr.
M. Zulkifli Salim, S.E., M.Sc., Ph.D.
Farah Chalida Hanoum Tejanagara, S.P., M.M.

Penerbit

Madza Media

Anggota IKAPI: No.273/JTI/2021
Kantor 1: Jl. Pahlawan, Simbatan, Kanor, Bojonegoro
Kantor 2: Jl. Bantaran Indah Blok H Dalam 4a Kota Malang
redaksi@madzamedia.co.id
www.madzamedia.co.id

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi dengan cara apapun, termasuk dengan cara penggunaan mesin fotocopy tanpa izin sah dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah Swt. penulis dapat menyelesaikan buku ajar yang berjudul Manajemen Perubahan dan Strategi Bisnis Korporasi.

Buku ini muncul karena banyak perubahan yang terjadi di tengah pandemi yang telah mengubah tatanan kehidupan dan perilaku masyarakat secara luas. Perubahan itu dimulai dari banyaknya pembatasan dan interaksi antar manusia juga perubahan perilaku dalam kegiatan bisnis yang banyak dilakukan secara online.

Buku ini memberi solusi tentang cara mengelola perusahaan di tengah pandemi pada masa ekonomi digital. Buku ini juga membahas tahapan manajemen perubahan dan alasan perlunya memahami manajemen perubahan.

Buku ini diharapkan dapat menambah khazanah dan tambahan sumber belajar bagi mahasiswa, terutama mahasiswa yang sedang mengambil mata kuliah Manajemen Perubahan dan Strategi serta pembaca lain pada umumnya.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Semua pihak terkait yang telah berperan serta membantu penyelesaian buku ajar ini.

Secara garis besar, buku ini menerangkan tentang awal pemikiran kenapa perlu diterapkannya manajemen perubahan hingga cara mengatasi dampak diterapkannya manajemen perubahan dalam bisnis korporasi.

Kritik dan saran yang membangun dari semua pihak bagi kesempurnaan buku ajar ini tentu sangat kami butuhkan. Akhir kata, penulis berharap buku ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, September 2022

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| KATA PENGANTAR..... | i |
| DAFTAR ISI | iii |
| CHAPTER I PERUBAHAN DAN TANTANGAN KORPORASI DALAM PENINGKATAN DAYA SAING YANG BERKELANJUTAN | 1 |
| A. Apa itu Manajemen Perubahan Strategis? | 1 |
| B. Definisi Manajemen Perubahan Strategis..... | 2 |
| C. Tujuan dan Manfaat Manajemen Perubahan Strategis | 3 |
| D. Tipe Perubahan Strategis | 3 |
| E. Perubahan untuk Mencapai Sukses..... | 4 |
| F. Mengapa Perlu Melakukan Perubahan?..... | 4 |
| G. Mengapa Orang Takut Perubahan? | 5 |
| H. Bagaimana Melakukan Perubahan?..... | 6 |
| I. Tahapan dalam Manajemen Perubahan | 6 |
| CHAPTER II PERANAN KEPEMIMPINAN DALAM MANAJEMEN PERUBAHAN DAN STRATEGI BISNIS..... | 10 |
| A. Pengertian Kepemimpinan | 10 |
| B. Prinsip-prinsip Dasar Kepemimpinan | 11 |
| C. Jebakan dalam Kepemimpinan | 12 |
| D. Peran Kepemimpinan dalam Perubahan | 13 |
| CHAPTER III DAYA SAING KORPORASI..... | 18 |
| A. Pengertian Daya Saing dan Indikator Daya Saing | 18 |
| B. Daya Saing Korporasi..... | 19 |

| | | |
|-------------------|---|-----------|
| C. | Faktor-faktor yang Memengaruhi Daya Saing | 20 |
| D. | Identifikasi Pesaing..... | 21 |
| E. | Strategi Peningkatan Daya Saing | 22 |
| F. | Strategi Pemasaran Bersaing..... | 22 |
| G. | Manfaat Peningkatan Daya Saing | 23 |
| H. | Manpower Planning..... | 23 |
| CHAPTER IV | KINERJA KORPORASI | 26 |
| A. | Manajemen Kinerja Korporasi | 26 |
| B. | Konsep Dasar dan Filosofis Manajemen Kinerja..... | 27 |
| C. | Sistem Pengendali Kinerja Korporasi | 29 |
| CHAPTER V | TANGGUNG JAWAB SOSIAL KORPORASI | 30 |
| A. | Konsep Dasar Tanggung Jawab Sosial Korporasi..... | 30 |
| B. | Tanggung Jawab Sosial Pengambil Keputusan Strategis..... | 31 |
| C. | Tanggung Jawab Perusahaan Bisnis | 31 |
| D. | Manfaat yang Diterima dari Sosial Bertanggung Jawab | 33 |
| E. | Mendorong Perilaku Etika..... | 34 |
| CHAPTER VI | ANALISIS PERUBAHAN LINGKUNGAN BISNIS INTERNALDAN EKSTERNAL | 36 |
| A. | Pemindaian Lingkungan (<i>Environmental Scanning</i>)..... | 36 |
| B. | Identifikasi Variabel Lingkungan Eksternal | 37 |
| C. | Identifikasi Faktor Strategis Eksternal | 37 |
| D. | Evolusi Industri | 38 |
| E. | Klasifikasi-klasifikasi Industri Global | 38 |

| | | |
|---------------------|--|-----------|
| F. | Penilaian Risiko Global..... | 39 |
| G. | Grup Strategi..... | 39 |
| H. | Tipe Strategi..... | 39 |
| I. | Hiper Kompetisi..... | 40 |
| J. | Intelegensi Kompetisi..... | 41 |
| K. | Sumber Intelegensi Kompetisi..... | 41 |
| L. | Peramalan..... | 41 |
| CHAPTER VII | ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS INTERNAL DAN IFAS MATRIK..... | 43 |
| A. | Tahap-tahap Manajemen Perubahan Strategi..... | 43 |
| B. | Framework for Analysis: VRIO..... | 47 |
| C. | Values..... | 48 |
| D. | Rarity..... | 48 |
| E. | Imitability..... | 48 |
| F. | Organization..... | 49 |
| G. | Financial Leverage..... | 55 |
| H. | The Internal Faktor Evaluation (IFE) Matrix..... | 57 |
| CHAPTER VIII | INTEGRASI FAKTOR-FAKTOR STRATEGIS DAN SFAS MATRIK..... | 58 |
| A. | Analisis SWOT: Penyusunan IFAS, EFAS, SFAS, dan Matrik Grand Strategy..... | 58 |
| B. | Panduan Analisis SWOT..... | 59 |
| C. | Bagaimana Cara Menghitung IFAS..... | 61 |
| D. | Bagaimana Cara Menghitung EFAS..... | 62 |
| E. | Bagaimana Cara Menghitung SFAS..... | 63 |
| F. | Bagaimana Menentukan <i>Grand Strategy</i> ?..... | 64 |
| G. | Matrik IFAS dan EFAS..... | 65 |

| | | |
|-------------------|--|-----------|
| | H. Analisis Faktor Strategis Internal..... | 67 |
| CHAPTER IX | STRATEGI BISNIS KORPORAT | 72 |
| | A. Konsep Dasar Strategi Bisnis Korporat..... | 72 |
| | B. Pengertian Strategi Menurut Para Ahli..... | 72 |
| | C. Strategi di Tingkat Bisnis | 73 |
| | D. Strategi Pemosisian (Positioning Strategy)..... | 74 |
| | E. Strategi di Tingkat Fungsional | 75 |
| | F. Strategi Bisnis yang Baik | 75 |
| | G. Implementasi strategi | 76 |
| | H. Proses Melahirkan dan Menyeleksi Berbagai Strategi..... | 77 |
| | I. Kerangka Kerja Perumusan-Strategi Komprehensif | 78 |
| | J. Tahap Input..... | 80 |
| | K. Matriks Kekuatan-Kelemahan-Peluang- Ancaman (SWOT Matrix)..... | 80 |
| | L. Matriks Evaluasi Posisi dan Tindakan Strategis (SPACE) | 83 |
| | M. Internal External (IE) Matrix | 86 |
| | N. Grand Strategy Matrix | 87 |
| | O. Tahap Keputusan..... | 89 |
| | P. QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)..... | 89 |
| | Q. Hitung Total Attractiveness Score (TAS)..... | 89 |
| | R. Menghitung Jumlah dari TAS | 90 |
| | S. Keunggulan dan Keterbatasan QSPM | 90 |
| CHAPTER X | STRATEGI BISNIS FUNGSIONAL | 91 |
| | A. Pengertian Strategi Fungsional | 91 |
| | B. Strategi Fungsional dan Bisnis..... | 91 |

| | | |
|-----------------------------|---|------------|
| C. | Pilihan Strategis: Memilih Strategi Terbaik..... | 92 |
| D. | Strategi Pemasaran..... | 93 |
| E. | Strategi Keuangan..... | 96 |
| F. | Strategi Penelitian dan Pengembangan..... | 96 |
| G. | Strategi Operasi..... | 96 |
| H. | Strategi Pembelian..... | 97 |
| I. | Strategi Logistik..... | 97 |
| J. | Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia..... | 98 |
| K. | Strategi Teknologi Informasi..... | 98 |
| CHAPTER XI | PENGENDALIAN DAN AUDIT MANAJEMEN PERUBAHAN, EVALUASI DAN FORMULASI STRATEGI BISNIS | 99 |
| A. | Sifat Alami dari Implementasi Strategi | 100 |
| B. | Segmentasi Pasar | 100 |
| C. | Positioning Produk..... | 102 |
| D. | Mendapatkan Modal untuk Implementasi Strategi | 103 |
| E. | Analisis Laba per Saham/Laba Sebelum Bunga dan Pajak..... | 104 |
| F. | Anggaran Keuangan | 104 |
| G. | Mengevaluasi Nilai dari Suatu Bisnis | 105 |
| H. | Evaluasi dan Pengendalian (Kontrol) | 107 |
| I. | Kesimpulan | 126 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 128 |
| PROFIL PENULIS | | 132 |