

RUANG LINGKUP MANAJEMEN STRATEGIK

Andi Nur Asnani Nasmin^{1*}, Andi Nirmayanthi², St. Syamsudduha³, Mardhiah Hasan⁴,
Mujahidah⁵

^{1 2 3 4} Pascasarjana UIN Alauddin Makassar

⁵STAI DDI Maros

Email : andinurasnaninas@gmail.com, may931421@gmail.com, st.syamsudduha@uin-alauddin.ac.id, mardhiah.hasan@uin-alauddin.ac.id, Mujahidah@staiddimaro.ac.id

Abstract

Strategic management is a crucial process in organizational management aimed at achieving its long-term goals. The scope of strategic management will be elaborated with a focus on the key elements involved. Firstly, the analysis of the external and internal environment forms the basis for understanding the context in which the organization operates, as well as identifying opportunities and challenges. Secondly, setting vision, mission, and core strategies provides clear direction and goals for the organization. Thirdly, operational planning details the concrete steps to implement the established strategies, including resource allocation and performance measurement. Lastly, the involvement of top management is essential in leading, motivating, and ensuring alignment between organizational strategies and long-term goals. By understanding and implementing this scope of strategic management, organizations can achieve a competitive advantage and reach their long-term objectives amidst dynamic changes in the business environment.

Keywords: Strategic Management, Strategic Planning, Operational Planning.

Abstrak

Manajemen strategi adalah proses penting dalam pengelolaan organisasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Ruang lingkup manajemen strategi akan dipaparkan dengan fokus pada elemen-elemen kunci yang terlibat. Pertama, analisis lingkungan eksternal dan internal menjadi landasan untuk memahami konteks di mana organisasi beroperasi, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi. Kedua, penetapan visi, misi, dan strategi induk memberikan arah dan tujuan yang jelas bagi organisasi. Ketiga, rencana operasional merinci langkah-langkah konkret yang harus diambil untuk mengimplementasikan strategi yang telah ditetapkan, termasuk alokasi sumber daya dan pengukuran kinerja. Terakhir, keterlibatan manajemen puncak penting dalam memimpin, memotivasi, dan memastikan keselarasan antara strategi organisasi dengan tujuan jangka panjangnya. Dengan memahami dan mengimplementasikan ruang lingkup manajemen strategi ini, organisasi dapat mencapai keunggulan kompetitif dan mencapai tujuan jangka panjangnya di tengah perubahan yang dinamis dalam lingkungan bisnis.

Kata Kunci : Manajemen Strategik, Perencanaan Strategi, Rencana Operasional.

PENDAHULUAN

Di dunia pendidikan, manajemen strategis menjadi sangat penting karena melibatkan perencanaan dan pengaturan strategi untuk mencapai tujuan organisasi, baik itu sekolah maupun madrasah. Manajemen strategis ini biasanya dilakukan dalam jangka menengah dan jangka panjang, dimana lembaga pendidikan merencanakan pengembangannya untuk periode tersebut. Tujuannya adalah agar lembaga tersebut dapat mencapai kualitas pendidikan yang diharapkan (Nurhadi, 2020).

Semua anggota organisasi bermimpi tentang mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif, termasuk di dalamnya organisasi pendidikan. Dalam konteks pendidikan, fokus utama para pengelola adalah mencapai kinerja organisasi yang unggul dan efektif. Perkembangan yang cepat dalam berbagai aspek seperti globalisasi, kemajuan teknologi, model pembelajaran terbaru, perubahan demografi, dan tuntutan masyarakat yang beragam, merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh lembaga pendidikan. Meskipun masyarakat mengharapkan lembaga pendidikan yang berkualitas, kenyataannya masih terdapat kesenjangan dalam peningkatan mutu pendidikan di Indonesia (Fadhli, 2020).

Pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena memungkinkan mereka untuk mengoptimalkan potensi mereka, baik itu dalam hal kognitif, afektif, maupun psikomotorik. Proses pendidikan diatur oleh pemerintah suatu negara, termasuk di Indonesia, yang berupaya keras untuk menyediakan pendidikan berkualitas yang terjangkau bagi semua lapisan masyarakat. Namun, meskipun telah dilakukan berbagai upaya, masih terdapat kekurangan yang perlu diperbaiki dengan lebih intensif (Febrian et al., 2023).

Manajemen strategis merupakan bagian integral dari bidang manajemen yang bertujuan untuk memberdayakan semua sumber daya perusahaan atau organisasi secara sistematis dan komprehensif untuk mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan. Ini melibatkan respons terhadap perubahan dan dinamika baik dari internal maupun eksternal organisasi, dengan langkah-langkah penyesuaian yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Widayanto, 2020).

Pentingnya manajemen pengendalian mutu dalam sebuah lembaga adalah untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan pendidikan. Setiap unit di dalam lembaga memiliki tanggung jawab yang sama dalam menjaga mutu pembelajaran dan layanan kepada peserta didik serta pihak terkait lainnya. Untuk meningkatkan mutu lulusan, lembaga pendidikan mengimplementasikan program-program yang sesuai dengan visi dan misi mereka. Setiap program memiliki tujuan yang ingin dicapai dengan menggunakan beberapa strategi pencapaian. Untuk memastikan pencapaian tujuan dari program-program tersebut, lembaga melakukan kegiatan evaluasi strategis. Hal ini memastikan bahwa seluruh proses manajemen

strategis dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi dilakukan dengan baik dan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Agustriani, 2023).

Kualitas merupakan kunci utama dalam meraih kesuksesan dan bersaing di pasar pendidikan. Pendidikan yang memiliki kualitas akan memiliki peluang yang lebih besar untuk mencapai keunggulan. Oleh karena itu, manajemen strategis sangat penting dalam pengelolaan pendidikan untuk merumuskan rencana strategis yang tepat di antara berbagai pilihan manajemen lainnya guna mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen strategis adalah kombinasi seni, teknik, dan ilmu untuk merancang, melaksanakan, mengevaluasi, dan mengawasi berbagai keputusan organisasi, baik dalam bisnis maupun non-bisnis, yang selalu dipengaruhi oleh perubahan lingkungan internal dan eksternal. Ini memberikan organisasi kemampuan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Peran masyarakat dalam menentukan manajemen strategis sangat penting karena mereka dapat menjadi peluang atau bahkan ancaman bagi lembaga pendidikan (Setiawati, 2020).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, yakni data bersumber dari beberapa artikel, jurnal maupun buku bacaan serta pengalaman yang berkaitan dengan fokus penelitian yakni Ruang Lingkup Manajemen Strategik. Sehingga segala data yang terhimpun kemudian di analisis sesuai dengan kebutuhan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Strategi

Secara akademis, manajemen dapat didefinisikan sebagai konsep yang berasal dari bahasa Inggris "*to manage*", yang mengacu pada proses mengatur, mengurus, atau mengelola sumber daya dan orang untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Luther Gulick, sebagaimana yang dikutip oleh Nanang Fattah, menganggap manajemen sebagai suatu ilmu karena merupakan bidang pengetahuan yang sistematis dalam memahami bagaimana dan mengapa orang bekerja. Selain itu, manajemen juga dianggap sebagai kiat karena melibatkan pengaturan orang lain untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Terakhir, manajemen dianggap sebagai profesi karena membutuhkan keterampilan khusus dan adopsi kode etik dalam menjalankan tugasnya untuk mencapai kinerja yang baik (Kautsar & Julaiha, 2023).

Istilah "manajemen strategis" menggabungkan dua kata, yakni "strategic" yang berasal dari bahasa Yunani "strategia", yang merujuk pada seni atau ilmu menjadi seorang jenderal. Dalam konteks seorang jenderal Yunani yang efektif, tugasnya meliputi kepemimpinan tentara, memenangkan peperangan, menjaga wilayah, melindungi kota dari serangan musuh, serta mengalahkan musuh. Dengan interpretasi yang luas, manajemen strategis menegaskan bahwa manajemen merupakan sistem

yang terdiri dari berbagai komponen yang saling berhubungan dan bergerak bersama menuju arah yang sama. Komponen utama dari manajemen strategis meliputi:

1. Perencanaan strategis: Ini meliputi pengembangan visi, misi, dan tujuan strategis organisasi.
2. Pelaksanaan operasional: Ini mencakup sasaran atau tujuan operasional, pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen seperti organisasi, pelaksanaan, dan anggaran, kebijakan situasional, jaringan kerja internal dan eksternal, serta fungsi kontrol dan evaluasi beserta umpan balik. (Kautsar & Julaiha, 2023).

Menurut Astuti & Amanda, Manajemen Strategik diartikan sebagai seni, teknik, dan ilmu dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi berbagai keputusan fungsional organisasi, baik dalam konteks bisnis maupun non-bisnis. Proses manajemen strategis ini senantiasa dipengaruhi oleh perubahan lingkungan eksternal dan internal yang berkelanjutan. Tujuannya adalah memberikan kemampuan kepada organisasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan melalui upaya yang terencana dan berkelanjutan (Teguh Widayanto et al., 2020).

Dasar dari manajemen strategis adalah memperoleh komitmen atau dukungan dari semua pihak terkait, termasuk sumber daya manusia, terhadap visi, misi, serta sasaran penyelenggaraan pendidikan dan upaya-upaya untuk mencapainya. Dengan menerapkan manajemen strategis, organisasi pendidikan dapat memperoleh pemahaman menyeluruh tentang struktur dan arah perkembangan organisasi secara keseluruhan (Komarudin et al., 2022).

Manajemen strategis memang memiliki perbedaan yang signifikan dengan manajemen pada umumnya. Sementara manajemen pada umumnya fokus pada pengelolaan operasional harian dan penyelesaian masalah rutin, manajemen strategis lebih berfokus pada penyusunan rencana jangka panjang dan pemilihan strategi yang tepat untuk menghadapi perubahan lingkungan yang dinamis serta untuk memenuhi tuntutan peningkatan kinerja organisasi.

Dalam konteks manajemen strategis, diperlukan analisis yang mendalam tentang lingkungan eksternal dan internal organisasi serta pengambilan keputusan yang lebih strategis untuk mencapai tujuan jangka panjang. Proses ini melibatkan identifikasi peluang dan tantangan yang mungkin dihadapi organisasi, pemahaman yang mendalam tentang kekuatan dan kelemahan internal organisasi, serta pengembangan strategi yang sesuai untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Dengan pendekatan yang lebih strategis, manajemen strategis memungkinkan organisasi untuk mengantisipasi perubahan, menghadapinya dengan lebih efektif, dan memastikan bahwa langkah-langkah yang diambil mendukung pencapaian tujuan jangka panjang. Menurut Taufiqurohman dalam Efri, manajemen strategi memiliki karakteristik sebagai berikut (Qanita, 2020):

1. Manajemen strategis memiliki fokus pada aspek jangka panjang.

2. Manajemen strategis merupakan proses yang responsif terhadap dinamika lingkungan.
3. Unsur-unsur kunci dalam manajemen tingkat puncak perlu menjadi penggerak utama dalam pelaksanaan manajemen strategis.
4. Orientasinya terhadap perencanaan dan pencapaian tujuan masa depan.
5. Untuk berhasil, pelaksanaan manajemen strategis memerlukan dukungan dari semua sumber daya ekonomi yang tersedia. Secara garis besar, tahapan dalam formulasi strategi dibagi menjadi tiga tahap, yaitu:
 - a. Tahap Masukan melibatkan pengumpulan informasi dasar sebelum merumuskan strategi. Proses ini mencakup analisis faktor internal dan eksternal perusahaan yang direpresentasikan dalam matriks IFAS (Internal Factor Assessment Strategy) dan EFAS (External Factor Assessment Strategy)(Haryaman, 2020).
 - b. Tahap Pemaduan (Matching Stage) melibatkan perumusan berbagai alternatif strategi dengan memadukan faktor internal dan eksternal yang telah dianalisis sebelumnya. Proses ini dapat dijelaskan melalui matriks IE (Internal-External) dan matriks SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).
 - c. Tahap Pemilihan Strategi (Decision Stage) adalah tahap di mana strategi yang dianggap paling sesuai dipilih dari berbagai alternatif yang telah diperoleh melalui analisis matriks IE dan matriks SWOT.(Qanita, 2020).

Henry Mintzberg, seorang ilmuwan manajemen Kanada, memiliki pandangan yang signifikan dalam manajemen strategik(Hidayah, 2023). Berikut adalah beberapa aspek dari pandangan Mintzberg:

1. Strategi tidak hanya perencanaan: Mintzberg menekankan bahwa strategi tidak hanya terbatas pada perencanaan, melainkan juga melibatkan pola dan keputusan yang dibuat secara spontan.
2. Kegagalan perencanaan strategik: Mintzberg mengidentifikasi tiga kesalahan mendasar yang dapat menyebabkan kegagalan perencanaan strategik, yaitu Fallacy of Prediction, Fallacy of Detachment, dan Fallacy of Formalization. Kesalahan-kesalahan ini dapat menyebabkan strategi yang tidak efektif dan tidak dapat diimplementasikan dengan baik.
3. Crafting Strategy: Mintzberg berpendapat bahwa strategi dapat dikembangkan melalui proses kreatif yang dikerjakan oleh orang yang ahli dan memiliki keharmonisan antara keterampilan dan bakat(Alaslan et al., 2023). Strategi yang efektif dikembangkan melalui berbagai cara yang kadang-kadang tidak lazim, seperti melalui analisis lingkungan internal dan eksternal, serta melalui pengembangan kemampuan organisasi.

4. Manajemen strategik sebagai proses dinamis: Mintzberg menyimpulkan bahwa proses manajemen strategis adalah hal dinamis, yang melibatkan perubahan dan adaptasi terhadap lingkungan bisnis yang dinamis.

Dalam sintesis, pandangan Mintzberg tentang manajemen strategik menekankan pentingnya melibatkan aspek-aspek seperti pola, keputusan spontan, dan proses kreatif dalam pengembangan strategi yang efektif. Ia juga menekankan pentingnya memahami kesalahan mendasar yang dapat menyebabkan kegagalan perencanaan strategik dan memahami manajemen strategik sebagai proses dinamis yang memerlukan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Manajemen strategis telah berevolusi menjadi kombinasi seni dan ilmu yang mencakup perencanaan, penyusunan, penerapan, pengendalian, dan pengevaluasian keputusan lintas fungsional, yang bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan (Syahkuan et al., 2022). Ini melibatkan proses penetapan tujuan, pengembangan kebijakan, perencanaan, serta alokasi sumber daya untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian, manajemen strategis menggabungkan berbagai aktivitas organisasi atau perusahaan untuk mencapai visi, misi, dan tujuan strategisnya.

Prinsip ruang lingkup manajemen strategis mencakup beberapa aspek, seperti:

1. Perencanaan Strategis: Ini melibatkan pembuatan rencana strategis (Renstra) yang menjelaskan program kerja organisasi atau perusahaan dalam jangka panjang.
2. Orientasi Masa Depan: Rencana strategis berfokus pada pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan dalam jangka panjang (Lubis, 2018).
3. Penetapan Visi, Misi, dan Strategi Induk: Ini melibatkan pengungkapan visi dan misi organisasi atau perusahaan, pemilihan strategi yang akan diadopsi, serta penetapan tujuan strategis untuk mencapai visi dan misi tersebut.
4. Rencana Operasional: Rencana strategis diuraikan menjadi rencana operasional yang mencakup program-program operasional dan proyek-proyek dengan sasaran jangka panjang (Hasanah et al., 2022).
5. Keterlibatan Manajemen Puncak: Penetapan Renstra dan rencana operasional melibatkan manajemen puncak karena pentingnya dalam menjalankan misi organisasi, serta untuk mempertahankan dan mengembangkan eksistensi jangka panjang organisasi.

Menurut Sukanto Reksohadiprodjo, aspek-aspek manajemen strategis meliputi pengungkapan visi dan misi, penetapan tujuan, penciptaan strategi, implementasi strategi, evaluasi kinerja, serta penyesuaian dan tindakan korektif yang diperlukan.

Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis adalah elemen penting dalam ruang lingkup manajemen strategi. Perencanaan strategis melibatkan pengembangan tujuan jangka panjang dan

sasaran-sasaran jangka pendek yang spesifik untuk mencapai keberhasilan organisasi (Fakhrurrazi, 2021). Dalam konteks ini, perencanaan strategis melibatkan analisis lingkungan internal dan eksternal, serta identifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan strategis.

Perencanaan strategis adalah proses sistematis untuk merumuskan tujuan jangka panjang dan rencana tindakan yang menyeluruh untuk mencapai tujuan tersebut (Budiono et al., 2022). Berikut adalah beberapa poin yang perlu dipahami tentang perencanaan strategis:

1. Tujuan Jangka Panjang: Perencanaan strategis bertujuan untuk menciptakan pandangan yang jelas tentang arah jangka panjang organisasi atau perusahaan. Ini melibatkan penetapan visi dan misi yang menggambarkan cita-cita dan nilai-nilai yang ingin dicapai.
2. Analisis Lingkungan: Sebelum merumuskan strategi, penting untuk memahami lingkungan eksternal dan internal organisasi. Ini mencakup analisis tren pasar, kekuatan dan kelemahan internal, peluang dan ancaman eksternal, serta pemahaman tentang kompetisi.
3. Penetapan Strategi: Berdasarkan pemahaman tentang lingkungan, organisasi dapat merumuskan strategi untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Ini melibatkan pemilihan pendekatan atau rencana tindakan yang akan diambil untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan.
4. Pengembangan Rencana Aksi: Setelah strategi ditetapkan, langkah selanjutnya adalah mengembangkan rencana aksi yang rinci untuk mengimplementasikan strategi tersebut. Ini mencakup alokasi sumber daya, penjadwalan kegiatan, dan penentuan tanggung jawab.
5. Pengukuran Kinerja: Perencanaan strategis juga melibatkan pengembangan metrik atau indikator kinerja yang dapat digunakan untuk mengukur kemajuan terhadap tujuan jangka panjang. Ini memungkinkan organisasi untuk mengevaluasi apakah strategi yang diadopsi berhasil atau perlu disesuaikan.
6. Penyesuaian Strategi: Lingkungan bisnis selalu berubah, oleh karena itu, perencanaan strategis juga melibatkan kemampuan untuk menyesuaikan strategi sesuai dengan perubahan yang terjadi. Ini membutuhkan pemantauan terus-menerus terhadap lingkungan dan kinerja organisasi (Arifah, 2023).

Dengan melakukan perencanaan strategis dengan baik, organisasi dapat menciptakan pandangan jangka panjang yang jelas, mengidentifikasi peluang dan tantangan, dan mengarahkan sumber daya mereka dengan efektif untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Orientasi Masa Depan

Orientasi masa depan adalah elemen penting dalam ruang lingkup manajemen strategi. Manajemen strategis berorientasi pada masa depan karena fokus pada pengembangan tujuan jangka panjang dan strategi yang efektif untuk mencapai keberhasilan organisasi dalam jangka waktu yang panjang (Ismail, 2021). Orientasi masa depan dalam ruang lingkup manajemen strategis adalah tentang fokus pada pencapaian tujuan jangka panjang dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan yang terus-menerus (Ilyas et al., 2023). Berikut adalah beberapa poin penting tentang orientasi masa depan dalam manajemen strategis:

1. **Visi dan Misi:** Orientasi masa depan dimulai dengan penetapan visi dan misi yang jelas. Visi adalah gambaran tentang keadaan yang diinginkan di masa depan, sedangkan misi adalah pernyataan tentang tujuan inti organisasi dan nilai-nilai yang akan dipegang teguh. Visi dan misi memberikan arah dan motivasi bagi organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjangnya.
2. **Analisis Tren dan Perubahan:** Organisasi perlu memahami tren dan perubahan dalam lingkungan eksternal dan internal mereka. Ini mencakup perubahan dalam perilaku konsumen, teknologi baru, persaingan industri, peraturan pemerintah, dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi jalannya operasi. Dengan memahami tren ini, organisasi dapat merencanakan strategi yang relevan untuk mengantisipasi perubahan di masa depan.
3. **Inovasi dan Adaptasi:** Orientasi masa depan mempromosikan inovasi dan kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan. Organisasi yang sukses adalah yang mampu merespons perubahan pasar dan teknologi dengan cepat, dan bahkan menjadi agen perubahan dalam industri mereka.
4. **Fleksibilitas dan Ketangkasan:** Organisasi perlu menjadi fleksibel dan tangkas dalam menghadapi perubahan. Ini melibatkan pengembangan struktur organisasi yang adaptif, budaya perusahaan yang terbuka terhadap perubahan, dan proses pengambilan keputusan yang responsif.
5. **Pengembangan Strategi Jangka Panjang:** Manajemen strategis dengan orientasi masa depan tidak hanya berfokus pada solusi jangka pendek, tetapi juga mempertimbangkan implikasi jangka panjang dari keputusan saat ini. Hal ini melibatkan pengembangan strategi yang memperhitungkan evolusi pasar dan teknologi dalam beberapa tahun ke depan (Paramansyah & SE, 2022).

Dengan memiliki orientasi masa depan yang kuat, organisasi dapat memposisikan diri untuk menciptakan nilai jangka panjang, mengatasi tantangan masa depan, dan tetap relevan dalam lingkungan yang berubah dengan cepat.

Penetapan Visi, Misi dan Strategi Induk

Penetapan visi, misi, dan strategi induk adalah elemen penting dalam ruang lingkup manajemen strategi (Aditama, 2023). Visi dan misi organisasi menentukan arah dan tujuan jangka panjang perusahaan, serta memberikan dasar untuk semua perencanaan strategis kegiatan, termasuk internal dan eksternal penilaian, menetapkan tujuan, mengembangkan strategi, memilih antara strategi alternatif, dan menyusun kebijakan (Hamid et al., 2023).

Visi organisasi adalah gambaran yang jelas dan spesifik tentang tujuan jangka panjang perusahaan. Misi organisasi adalah pernyataan yang jelas dan spesifik tentang bagaimana perusahaan mencapai tujuan visi tersebut. Strategi induk adalah rencana yang disatukan, luas, dan berintegritas yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Sudiantini & Hadita, 2022).

Dalam proses penetapan visi, misi, dan strategi induk, manajemen strategis melibatkan analisis lingkungan internal dan eksternal, serta identifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan strategis. Manajemen strategis juga melibatkan pengembangan langkah-langkah kunci yang diperlukan untuk mencapai tujuan strategis, serta mengidentifikasi sumber daya yang dibutuhkan untuk menerapkan strategi tersebut.

Rencana Operasional

Rencana Operasional adalah elemen penting dalam ruang lingkup manajemen strategi. Rencana Operasional melibatkan pengembangan langkah-langkah kunci yang diperlukan untuk mencapai tujuan strategis organisasi. Dalam konteks ini, Rencana Operasional melibatkan pengembangan rencana aksi yang terperinci dan spesifik untuk mencapai tujuan strategis, serta mengidentifikasi sumber daya yang dibutuhkan untuk menerapkan strategi tersebut (Budiman & Suparjo, 2021).

Rencana Operasional merupakan bagian penting dari ruang lingkup manajemen strategis yang menguraikan langkah-langkah konkret untuk mengimplementasikan strategi yang telah ditetapkan (Sudirman, 2021). Berikut adalah beberapa poin yang perlu dipahami tentang komponen ini:

1. **Implementasi Strategi:** Rencana operasional adalah panduan yang merinci bagaimana strategi yang telah ditetapkan akan dijalankan dalam praktiknya. Ini mencakup alokasi sumber daya, penjadwalan kegiatan, dan penentuan tanggung jawab untuk memastikan bahwa strategi terwujud dengan baik dalam operasi sehari-hari.
2. **Program dan Proyek:** Rencana operasional dapat berisi berbagai program dan proyek yang perlu dilaksanakan untuk mencapai tujuan strategis. Program adalah

serangkaian kegiatan terkait yang bertujuan mencapai tujuan tertentu, sedangkan proyek adalah upaya spesifik dengan awal dan akhir yang jelas untuk mencapai hasil yang ditentukan.

3. Penetapan Sasaran Jangka Panjang: Meskipun rencana operasional berfokus pada tindakan yang harus diambil dalam jangka pendek, tetapi juga penting untuk mempertimbangkan sasaran jangka panjang. Rencana ini harus sejalan dengan tujuan jangka panjang yang telah ditetapkan dalam strategi organisasi.
4. Penetapan Sumber Daya: Rencana operasional juga mencakup alokasi sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan strategi. Ini mencakup anggaran, personel, peralatan, dan aset lain yang diperlukan untuk mendukung pelaksanaan rencana.
5. Pengukuran Kinerja: Sebagai bagian dari rencana operasional, organisasi perlu menetapkan metrik atau indikator kinerja yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kemajuan terhadap tujuan strategis. Ini memungkinkan organisasi untuk melacak kinerja mereka dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.
6. Fleksibilitas: Meskipun rencana operasional merinci langkah-langkah yang harus diambil, namun fleksibilitas juga penting. Organisasi perlu siap untuk menyesuaikan rencana mereka sesuai dengan perubahan dalam lingkungan atau kebutuhan bisnis yang muncul.
7. Keselarasan dengan Strategi: Rencana operasional harus selaras dengan strategi organisasi secara keseluruhan. Ini memastikan bahwa semua tindakan dan keputusan operasional mendukung pencapaian tujuan jangka panjang yang telah ditetapkan (Anisah & SE, n.d.).

Dengan merumuskan rencana operasional yang solid, organisasi dapat menjalankan strategi mereka dengan efektif, mengelola sumber daya dengan bijaksana, dan mencapai tujuan jangka panjang mereka secara bertahap melalui langkah-langkah yang terukur.

Keterlibatan Manajemen Puncak

Keterlibatan manajemen puncak dalam ruang lingkup manajemen strategi sangat penting. Manajemen puncak, seperti CEO, memiliki peran kunci dalam pengembangan dan implementasi strategi organisasi. Mereka harus memiliki visi yang jelas dan kemampuan dalam mengarahkan organisasi menuju tujuan strategis (Sutopo et al., 2020). Dalam konteks ini, manajemen puncak harus memahami lingkungan internal dan eksternal organisasi, serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan strategis.

Keterlibatan manajemen puncak merupakan aspek krusial dalam ruang lingkup manajemen strategis karena manajemen puncak memiliki tanggung jawab utama dalam menetapkan arah strategis organisasi dan memastikan

implementasinya (Setiawati, 2020). Berikut adalah beberapa poin penting tentang keterlibatan manajemen puncak dalam manajemen strategis:

1. **Pengambilan Keputusan Strategis:** Manajemen puncak memiliki peran kunci dalam pengambilan keputusan strategis. Mereka bertanggung jawab untuk menetapkan visi, misi, dan tujuan strategis organisasi, serta menetapkan strategi dan rencana untuk mencapai tujuan tersebut.
2. **Penetapan Prioritas:** Manajemen puncak harus memprioritaskan inisiatif dan program yang akan dijalankan organisasi. Mereka perlu memastikan bahwa sumber daya dialokasikan secara efisien untuk mendukung strategi yang paling penting bagi kesuksesan jangka panjang organisasi.
3. **Komunikasi dan Keterlibatan Karyawan:** Manajemen puncak memiliki peran penting dalam komunikasi visi, misi, dan strategi organisasi kepada seluruh karyawan. Mereka juga harus terlibat dalam memotivasi dan menginspirasi karyawan untuk berkontribusi pada pencapaian tujuan strategis.
4. **Monitoring dan Evaluasi:** Manajemen puncak bertanggung jawab untuk memantau dan mengevaluasi kemajuan organisasi terhadap tujuan strategisnya. Mereka harus memastikan bahwa sistem pengukuran kinerja yang sesuai telah diimplementasikan dan bahwa perubahan strategis dilakukan jika diperlukan.
5. **Penyesuaian Strategi:** Manajemen puncak harus siap untuk menyesuaikan strategi organisasi sesuai dengan perubahan dalam lingkungan bisnis atau faktor-faktor internal. Mereka harus memimpin proses penyesuaian strategis dan memastikan bahwa organisasi tetap relevan dan kompetitif.
6. **Pengambilan Risiko dan Inovasi:** Manajemen puncak harus memfasilitasi budaya organisasi yang mendukung pengambilan risiko yang terukur dan inovasi. Mereka perlu memberikan dukungan dan sumber daya yang diperlukan untuk memungkinkan tim manajemen dan karyawan untuk menciptakan solusi baru dan berani.
7. **Mendorong Pembelajaran Organisasi:** Manajemen puncak harus mendorong pembelajaran organisasi yang berkelanjutan dengan mempromosikan sikap terbuka terhadap umpan balik dan refleksi atas kinerja organisasi. Ini memungkinkan organisasi untuk terus meningkatkan dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan (Cahyono et al., 2022).

Keterlibatan manajemen puncak merupakan kunci kesuksesan dalam mengimplementasikan manajemen strategis dengan baik. Mereka memiliki tanggung jawab untuk memimpin, menginspirasi, dan memastikan bahwa organisasi bergerak maju menuju pencapaian visi dan tujuan strategisnya.

KESIMPULAN

Dalam menyusun ruang lingkup manajemen strategi, kita menemukan sebuah proses holistik yang mencakup pemahaman mendalam tentang lingkungan eksternal dan internal, penetapan visi, misi, dan strategi induk, pengembangan rencana operasional, serta keterlibatan manajemen puncak. Dalam sebuah essay kesimpulan, kita dapat menyoroti pentingnya setiap elemen ini dalam mencapai keunggulan kompetitif dan pencapaian tujuan jangka panjang organisasi.

Manajemen strategis tidak hanya tentang membuat rencana yang baik, tetapi juga tentang menjalankan rencana tersebut dengan efektif. Untuk mencapai hal ini, organisasi perlu memahami lingkungan eksternal mereka dengan baik, mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal mereka. Dengan memiliki pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor ini, organisasi dapat merumuskan strategi yang relevan dan berorientasi masa depan.

Secara keseluruhan, ruang lingkup manajemen strategi membantu organisasi dalam mencapai keunggulan kompetitif dan mencapai tujuan jangka panjang mereka. Dengan memahami setiap elemen dalam ruang lingkup ini dan mengimplementasikannya secara efektif, organisasi dapat menghadapi tantangan yang kompleks dalam lingkungan bisnis yang terus berubah dan berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2023). *Manajemen Strategi*. AE Publishing.
- Agustriani, D. (2023). Evaluasi Strategi Dalam Manajemen Pengendalian Mutu Pembelajaran Program Studi PGMI Fakultas Tarbiyah IAIN Kediri. *JoIEM (Journal of Islamic Education Management)*, 4(1), 1–23. <https://doi.org/10.30762/joiem.v4i1.914>
- Alaslan, A., Daga, R., & Kartikawati, Y. (2023). *Manajemen Strategis*.
- Anisah, H. U., & SE, M. M. (n.d.). MODEL MANAJEMEN STRATEGIK. *STRATEGIC MANAGEMENT: STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING DI ERA DIGITAL*, 55.
- Arifah, U. (2023). *Manajemen Strategi*. UNISNU PRESS.
- Budiman, S., & Suparjo, S. (2021). Manajemen Strategik Pendidikan Islam. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5(3), 515–523. <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i3.2197>
- Budiono, A., Mulyani, S., Hutauruk, H., Ramdani, A. F., & Candra, D. (2022). *Manajemen Strategik: Teori Dasar dan Contoh Kasus*. Penerbit NEM.
- Cahyono, I., Syaifudin, M., & Andriani, T. (2022). Manajemen Strategi Kerjasama dalam Pendidikan. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 4(1), 483–488.
- Fadhli, M. (2020). Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan. *Continuous Education: Journal of Science and Research*, 1(1), 11–23. <https://doi.org/10.51178/ce.v1i1.7>
- Fakhrurrazi, F. (2021). Konsep Berpikir Sistemik dalam Penyusunan Rencana Strategis. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 6(1), 13–24.
- Febrian, V. R., Khairat, A., Fazis, M., & Husnani, H. (2023). Pengembangan Bahan Ajar Berbasis E-Book pada Mata Kuliah Manajemen Strategi. *Manazhim*, 5(1), 374–385. <https://doi.org/10.36088/manazhim.v5i1.2959>

- Hamid, R. S., Utami, B., Wijayanti, T. C., Herawati, B. C., Permana, D., Siswanto, A., Manaf, P. A., Iswahyudi, M. S., Susiang, M. I. N., & Hidayat, A. C. (2023). *MANAJEMEN STRATEGIS: Konsep dan Aplikasi dalam Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- HARYAMAN, A. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN RETAIL PRODUK STEMPEL DI PT. HADA STAMP ASIA DENGAN MENGGUNAKAN METODE AHP DAN QSPM. PERPUSTAKAAN PASCASARJANA.
- Hasanah, M., Sandy, P., Mannan, M., & Nasucha, J. A. (2022). Analisis Strategi Perencanaan Mutu Satuan Pendidikan di Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia. *Attadrib: Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 5(2), 108–119.
- Hidayah, N. (2023). Manajemen Strategi Kemajuan Pendidikan Di Pondok Pesantren Modern Nurussalam. *Idaarotul Ulum (Jurnal Prodi MPI)*, 5(2 Desember), 172–189.
- Ilyas, I. I., Marlinda, M. M. C., & SE, M. A. (2023). *Manajemen Strategi*. CV. AZKA PUSTAKA.
- Ismail, M. S. (2021). *Manajemen Strategis Sektor Publik*. Penerbit Qiara Media.
- Kautsar, M., & Julaiha, S. (2023). Langkah-langkah Manajemen Strategik di Lembaga Pendidikan Islam. *Journal of Instructional and Development Researches*, 3(1), 24–28. <https://doi.org/10.53621/jider.v3i1.203>
- Komarudin, K., Siregar, D. R. S., Zahruddin, Z., & Maftuhah, M. (2022). Manajemen Strategi dalam Lembaga Pendidikan. *Yasin*, 2(5), 680–694. <https://doi.org/10.58578/yasin.v2i5.560>
- Lubis, M. S. (2018). Perencanaan strategik pendidikan. *Ihya Al-Arabiyah: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Arab*, 4(1).
- Nurhadi, A. (2020). Implementasi Manajemen Strategi Berbasis Pembiasaan dalam Menumbuhkan Kakakter Religius Siswa. *Al-Afkar*, 3(1), 65–76. https://al-afkar.com/index.php/Afkar_Journal/issue/view/5
- Paramansyah, H. A., & SE, S. H. (2022). *MANAJEMEN STRATEGIS: Strategi, Konsep, & Proses Organisasi*. Almuqsith Pustaka.
- Qanita, A. (2020). Analisis Strategi Dengan Metode Swot Dan Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus Pada D'Gruz Caffe Di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 11–24. <https://doi.org/10.15575/jim.v1i2.10309>
- Setiawati, F. (2020). Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(1), 57–66. <https://doi.org/10.52030/attadbir.v30i01.31>
- Sudiantini, D., & Hadita, S. P. (2022). *Manajemen Strategi*. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- SUDIRMAN, A. (2021). RUANG LINGKUP MANAJEMEN. *Pengantar Manajemen*, 35.
- Sutopo, P. S., Alek, A., & Sutanto, G. R. (2020). Manajemen Puncak Sebagai Sukses Faktor Penerapan Enterprise Resource Planning Dalam Organisasi, Khususnya Pada Manufaktur. *Akselerator: Jurnal Sains Terapan Dan Teknologi*, 1(2), 53–58.
- Syahkuan, J., Ni'mah, S., Absor, S. M. U., Azis, M. A., Bakri, A. A., & Napitupulu, R. H. M. (2022). *Manajemen Strategik Dalam Organisasi*. Penerbit NEM.
- Teguh Widayanto, M., Joko Hermawan, D., Junaidi, & Natsir, M. (2020). Implementasi Manajemen Strategik dan Hubungannya Dengan Keberlangsungan (Going

Concern) Usaha. *Sketsa Bisnis*, 7(2), 72–83. <https://doi.org/10.35891/jsb.v7i2.2306>
Widayanto, M. T. (2020). Analisis Penerapan Manajemen Strategik dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Usaha. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(3), 173. <https://doi.org/10.32503/jmk.v5i3.1090>