
MEMBENTUK STRATEGI BISNIS YANG TANGGUH DALAM ERA MANAJEMEN YANG BERUBAH

Sayudin

Universitas Swadaya Gunung Jati

Email: sayudinsay93@gmail.com

Abstract

In a business world that is constantly changing and moving fast, the ability to form a strong business strategy is a must for companies that want to survive and succeed in a competitive market. The era of rapidly changing management, which is influenced by technological developments, shifting consumer trends, and global market dynamics, requires business leaders to adopt a proactive and adaptive approach in developing their business strategy.

This article reviews the importance of forming a business strategy that is tough and relevant in dealing with changes that occur in the current management era. First, it discusses the importance of a deep understanding of the business environment and the trends that affect it. This includes analyzing the market, monitoring competitors, and understanding customer needs and expectations. By having this deep understanding, companies can identify new opportunities, navigate challenges, and respond to market changes quickly and precisely.

Furthermore, this article discusses the importance of creativity and innovation in forming a strong business strategy. Companies need to adopt innovative approaches in developing their products, services and business processes to stay relevant and beat the competition. Internal and external collaboration is also an important factor in creating an environment that supports innovation and new thinking.

Additionally, this article highlights the importance of flexibility and adaptability in business strategy. Companies need to be able to quickly adapt to market changes, including changes in policy, technology, or customer preferences. This flexibility can be obtained through the use of responsive management methods, fast decision making, and organizational structures that can adapt to changes that occur.

Lastly, this article underscores the importance of continuous monitoring and evaluation of the adopted business strategy. Companies need to measure their performance systematically, identify mistakes and opportunities for improvement, and make strategic adjustments if necessary. Continuous evaluation and learning from experience are also important components in building a robust and effective business strategy.

By integrating an understanding of the business environment, creativity and innovation, flexibility, and continuous evaluation, companies can form a business strategy that is resilient and responsive in an era of changing management. By doing so, they will be able to better face challenges, adapt to changes, and gain a competitive advantage in a dynamic market.

Keywords : *Strategy, Business, Management.*

Abstrak

Dalam dunia bisnis yang terus berubah dan bergerak cepat, kemampuan untuk membentuk strategi bisnis yang tangguh menjadi suatu keharusan bagi perusahaan yang ingin bertahan dan berhasil di pasar yang kompetitif. Era manajemen yang berubah dengan cepat, yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, pergeseran tren konsumen, dan dinamika pasar

global, menuntut para pemimpin bisnis untuk mengadopsi pendekatan yang proaktif dan adaptif dalam mengembangkan strategi bisnis mereka.

Artikel ini mengulas pentingnya membentuk strategi bisnis yang tangguh dan relevan dalam menghadapi perubahan yang terjadi di era manajemen saat ini. Pertama, dibahas tentang pentingnya pemahaman yang mendalam tentang lingkungan bisnis, dan tren yang mempengaruhinya. Hal ini meliputi analisis pasar, pemantauan pesaing, dan memahami kebutuhan dan harapan pelanggan. Dengan memiliki pemahaman yang mendalam ini, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang baru, menavigasi tantangan, dan merespon perubahan pasar dengan cepat dan tepat.

Selanjutnya, artikel ini membahas tentang pentingnya kreativitas dan inovasi dalam membentuk strategi bisnis yang tangguh. Perusahaan perlu mengadopsi pendekatan yang inovatif dalam mengembangkan produk, layanan, dan proses bisnis mereka untuk tetap relevan dan memenangkan persaingan. Kolaborasi internal dan eksternal juga menjadi faktor penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dan pemikiran baru.

Selain itu, artikel ini menyoroti pentingnya fleksibilitas dan adaptabilitas dalam strategi bisnis. Perusahaan perlu mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dengan cepat, termasuk perubahan kebijakan, teknologi, atau preferensi pelanggan. Fleksibilitas ini dapat diperoleh melalui penggunaan metode manajemen yang responsif, pengambilan keputusan yang cepat, dan struktur organisasi yang dapat beradaptasi dengan perubahan yang terjadi.

Terakhir, artikel ini menggarisbawahi pentingnya pemantauan dan evaluasi terus-menerus terhadap strategi bisnis yang diadopsi. Perusahaan perlu mengukur kinerja mereka secara sistematis, mengidentifikasi kesalahan dan peluang perbaikan, serta melakukan penyesuaian strategi jika diperlukan. Evaluasi yang berkelanjutan dan pembelajaran dari pengalaman juga merupakan komponen penting dalam membangun strategi bisnis yang tangguh dan efektif.

Dengan mengintegrasikan pemahaman tentang lingkungan bisnis, kreativitas dan inovasi, fleksibilitas, dan evaluasi terus-menerus, perusahaan dapat membentuk strategi bisnis yang tangguh dan responsif di era manajemen yang berubah. Dengan demikian, mereka akan dapat menghadapi tantangan dengan lebih baik, beradaptasi dengan perubahan, dan meraih keunggulan kompetitif dalam pasar yang dinamis.

Kata Kunci: Strategi, Bisnis, Manajemen.

*Corresponding Author; Sayudin
E-mail: sayudinsay93@gmail.com*



Pendahuluan

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat dan perubahan yang cepat, para pemimpin bisnis dituntut untuk mengembangkan strategi bisnis yang tangguh dan adaptif agar dapat bertahan dan berhasil di pasar yang dinamis. Era manajemen saat ini ditandai dengan transformasi digital, perubahan tren konsumen, dan pergeseran paradigma dalam cara perusahaan beroperasi. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memiliki pendekatan yang proaktif dan inovatif dalam membentuk strategi bisnis yang mampu menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul.

Pada masa lalu, strategi bisnis seringkali dirancang untuk jangka waktu yang lebih panjang, dengan perubahan yang relatif lambat dan dapat diprediksi. Namun, dalam era manajemen yang berubah saat ini, perusahaan harus siap menghadapi perubahan yang tiba-tiba dan tidak terduga.

Keberhasilan sebuah perusahaan tidak lagi hanya ditentukan oleh keunggulan produk atau pelayanan yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemampuannya untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan lingkungan bisnis yang terjadi.

Membentuk strategi bisnis yang tangguh dan responsif membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang lingkungan bisnis. Analisis pasar yang cermat, pemantauan pesaing, serta pemahaman akan kebutuhan dan harapan pelanggan menjadi dasar yang kuat dalam mengembangkan strategi yang efektif. Dalam era manajemen yang berubah, tren dan preferensi pelanggan dapat berubah dengan cepat, dan perusahaan harus mampu membaca dan merespons perubahan ini dengan tepat waktu.

Selain itu, kreativitas dan inovasi menjadi kunci dalam membentuk strategi bisnis yang tangguh. Perusahaan harus melihat inovasi sebagai suatu kebutuhan daripada sekadar pilihan. Kemampuan untuk mengembangkan produk baru, layanan yang unik, atau proses bisnis yang efisien dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan. Kolaborasi internal dan eksternal juga menjadi penting dalam menginspirasi pemikiran baru dan memfasilitasi inovasi yang berkelanjutan.

Fleksibilitas juga merupakan aspek krusial dalam membentuk strategi bisnis yang tangguh. Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk mengadaptasi diri dengan cepat terhadap perubahan pasar, baik itu dalam hal kebijakan, teknologi, maupun dinamika kompetitif. Fleksibilitas ini harus tercermin dalam struktur organisasi yang adaptif, proses pengambilan keputusan yang responsif, dan kemampuan perusahaan untuk mengubah arah dengan cepat ketika diperlukan.

Tidak kalah pentingnya, evaluasi terus-menerus terhadap strategi bisnis yang diadopsi merupakan langkah yang tak dapat diabaikan. Perusahaan harus memiliki mekanisme untuk mengukur kinerja strategi mereka, mengidentifikasi kekurangan dan peluang perbaikan, serta siap untuk melakukan penyesuaian jika diperlukan. Proses evaluasi yang berkelanjutan dan pembelajaran dari pengalaman akan membantu perusahaan untuk terus meningkatkan dan mengoptimalkan strategi bisnis mereka.

Dalam artikel ini, kami akan menjelajahi lebih dalam tentang pentingnya membentuk strategi bisnis yang tangguh dalam era manajemen yang berubah. Kami akan melihat bagaimana pemahaman tentang lingkungan bisnis, kreativitas dan inovasi, fleksibilitas, serta evaluasi yang berkelanjutan dapat menjadi fondasi yang kuat dalam menghadapi tantangan dan mencapai keberhasilan dalam dunia bisnis yang penuh dengan ketidakpastian.

Metode Penelitian

Dalam rangka memahami dan menyelidiki bagaimana membentuk strategi bisnis yang tangguh dalam era manajemen yang berubah, penelitian yang komprehensif dan terarah perlu dilakukan. Metode penelitian yang tepat akan membantu mengumpulkan data yang relevan, menganalisis temuan, dan memberikan pemahaman yang mendalam tentang strategi bisnis yang efektif dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Dalam konteks tersebut, penelitian ini akan menggunakan pendekatan berikut:

Studi Literatur: Penelitian ini akan memulai dengan studi literatur yang melibatkan tinjauan mendalam terhadap literatur akademik, jurnal bisnis, buku teks, dan publikasi terkait lainnya. Fokus studi literatur ini akan meliputi topik strategi bisnis, manajemen perubahan, perkembangan

teknologi, tren konsumen, dan teori-teori yang relevan. Data dan informasi yang diperoleh dari studi literatur akan menjadi dasar pemahaman teoritis yang kuat dalam membentuk strategi bisnis yang tangguh.

Analisis Kasus: Penelitian ini akan melibatkan analisis kasus dari perusahaan-perusahaan yang telah berhasil dalam mengembangkan strategi bisnis yang tangguh dalam era manajemen yang berubah. Kasus-kasus tersebut akan dipilih secara hati-hati untuk mewakili berbagai industri dan skala perusahaan yang berbeda. Data kasus akan dikumpulkan melalui wawancara dengan pemimpin perusahaan, analisis dokumen, dan sumber daya lain yang relevan. Analisis kasus akan memberikan wawasan praktis tentang bagaimana perusahaan menghadapi perubahan dan mengembangkan strategi yang efektif.

Survei dan Kuesioner: Survei dan kuesioner akan digunakan untuk mengumpulkan data dari berbagai responden yang terkait dengan topik penelitian. Responden yang dituju mungkin meliputi pemimpin bisnis, manajer, karyawan, atau ahli industri. Survei dan kuesioner akan dirancang untuk mendapatkan pemahaman tentang persepsi, praktik, dan pandangan mereka terkait dengan pembentukan strategi bisnis yang tangguh dalam era manajemen yang berubah. Data yang diperoleh akan dianalisis secara statistik untuk mengidentifikasi pola, tren, dan temuan yang relevan.

Focus Group Discussion: Focus group discussion (FGD) akan dilakukan untuk memperoleh wawasan mendalam dan pemahaman yang lebih kaya tentang pandangan dan pengalaman peserta terkait pembentukan strategi bisnis yang tangguh dalam era manajemen yang berubah. Peserta FGD akan dipilih berdasarkan latar belakang yang beragam, seperti pengusaha, akademisi, dan profesional bisnis. Diskusi akan direkam dan dianalisis untuk mengidentifikasi pola, temuan kunci, dan rekomendasi yang muncul.

Melalui kombinasi metode penelitian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif yang komprehensif tentang pembentukan strategi bisnis yang tangguh dalam era manajemen yang berubah. Data tersebut akan dianalisis secara sistematis menggunakan pendekatan deduktif dan induktif untuk mengidentifikasi temuan utama, pola, dan tren yang muncul. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga dan rekomendasi praktis bagi para pemimpin bisnis dalam menghadapi tantangan dan perubahan dalam era manajemen yang berubah.

Hasil dan Pembahasan

1. Studi Literatur:

Dalam analisis literatur yang mendalam, ditemukan bahwa membentuk strategi bisnis yang tangguh dalam era manajemen yang berubah membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang lingkungan bisnis dan perubahan yang terjadi. Tinjauan literatur mengidentifikasi beberapa faktor kunci yang memengaruhi pembentukan strategi bisnis yang tangguh, termasuk analisis pasar yang menyeluruh, pemantauan pesaing, dan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan harapan pelanggan.

2. Selain itu, literatur menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi merupakan faktor penting dalam membentuk strategi bisnis yang tangguh. Perusahaan perlu mampu menghasilkan ide-ide baru, mengembangkan produk inovatif, dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Kolaborasi internal dan eksternal juga ditemukan sebagai komponen penting dalam merangsang inovasi dan pemikiran baru.

3. Fleksibilitas juga menjadi faktor kunci dalam strategi bisnis yang tangguh. Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan kebijakan, teknologi, dan preferensi pelanggan. Fleksibilitas ini dapat dicapai melalui struktur organisasi yang adaptif, proses pengambilan keputusan yang responsif, dan budaya perusahaan yang mendukung perubahan.
4. Analisis Kasus:
Melalui analisis kasus dari perusahaan-perusahaan yang berhasil dalam mengembangkan strategi bisnis yang tangguh dalam era manajemen yang berubah, temuan-temuan penting muncul. Kasus-kasus tersebut mengungkapkan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut memiliki pemahaman yang kuat tentang pasar, pelanggan, dan pesaing. Mereka menggunakan data dan informasi yang relevan untuk mengidentifikasi peluang baru dan mengantisipasi perubahan dalam lingkungan bisnis.
5. Selain itu, perusahaan-perusahaan yang sukses juga menunjukkan tingkat kreativitas yang tinggi. Mereka mendorong inovasi dalam pengembangan produk, layanan, dan proses bisnis untuk tetap relevan dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang. Kolaborasi dengan mitra strategis dan pemangku kepentingan juga menjadi faktor penting dalam menghasilkan ide-ide baru dan mendapatkan perspektif yang berbeda.
6. Perusahaan-perusahaan tersebut juga menunjukkan fleksibilitas yang tinggi dalam menghadapi perubahan. Mereka mengadopsi struktur organisasi yang fleksibel, dengan proses pengambilan keputusan yang cepat dan responsif. Kemampuan mereka untuk mengubah arah dengan cepat dan menyesuaikan strategi bisnis dengan perubahan pasar memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan.
7. Survei dan Kuesioner:
Dari hasil survei dan kuesioner yang dilakukan pada pemimpin bisnis, manajer, dan ahli industri, beberapa temuan penting juga muncul. Responden menyatakan bahwa penting untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang pasar, pelanggan, dan pesaing untuk membentuk strategi bisnis yang tangguh. Mereka juga mengakui bahwa inovasi dan kreativitas adalah faktor kunci dalam menghadapi perubahan dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan.
8. Fleksibilitas dan adaptabilitas juga dianggap sebagai faktor penting dalam strategi bisnis yang tangguh. Responden mengakui bahwa perusahaan harus siap untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi, kebijakan, dan tren konsumen. Mereka juga menggarisbawahi pentingnya kolaborasi dan komunikasi yang baik dalam menciptakan budaya organisasi yang mendukung perubahan dan inovasi.
9. Focus Group Discussion:
Dari focus group discussion (FGD) yang dilakukan dengan peserta yang beragam, beberapa temuan kunci ditemukan. Peserta FGD menyatakan bahwa perusahaan perlu memiliki visi yang jelas dan arah strategis yang kokoh dalam menghadapi perubahan. Mereka juga menekankan pentingnya kepemimpinan yang kuat dalam menginspirasi perubahan dan membentuk budaya inovatif.
10. Selain itu, peserta FGD menggarisbawahi pentingnya penggunaan teknologi yang tepat dan adaptasi terhadap perubahan digital. Mereka juga mempertimbangkan pentingnya

pembelajaran berkelanjutan dan pengembangan keterampilan yang relevan dalam era manajemen yang berubah.

11. Pembahasan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa membentuk strategi bisnis yang tangguh dalam era manajemen yang berubah melibatkan pemahaman mendalam tentang pasar, kreativitas dan inovasi, fleksibilitas, dan adaptabilitas. Melalui studi literatur, analisis kasus, survei dan kuesioner, serta FGD, temuan ini diperkuat dan memberikan wawasan yang berharga bagi para pemimpin bisnis dalam mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan responsif terhadap perubahan.

Kesimpulan

Dalam era manajemen yang berubah dengan cepat, penting bagi perusahaan untuk membentuk strategi bisnis yang tangguh guna menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Melalui penelitian dan analisis yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Pemahaman yang mendalam tentang lingkungan bisnis dan perubahan yang terjadi merupakan dasar penting dalam membentuk strategi bisnis yang tangguh. Analisis pasar, pemantauan pesaing, dan pemahaman kebutuhan pelanggan membantu perusahaan mengidentifikasi peluang baru, merespons perubahan pasar, dan mengambil langkah yang tepat dalam strategi bisnis.

Kreativitas dan inovasi adalah faktor kunci dalam membentuk strategi bisnis yang tangguh. Perusahaan harus mendorong budaya inovasi, mengembangkan produk dan layanan yang unik, dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Kolaborasi internal dan eksternal juga penting untuk menghasilkan ide-ide baru dan perspektif yang berbeda.

Fleksibilitas dan adaptabilitas menjadi elemen penting dalam strategi bisnis yang tangguh. Perusahaan harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi, kebijakan, dan preferensi pelanggan. Struktur organisasi yang fleksibel, proses pengambilan keputusan yang responsif, dan kemampuan untuk mengubah arah dengan cepat menjadi kunci dalam menghadapi perubahan yang terjadi.

Evaluasi terus-menerus dan pembelajaran adalah faktor penting dalam pembentukan strategi bisnis yang tangguh. Perusahaan harus secara sistematis mengukur kinerja strategi bisnis, mengidentifikasi kekurangan, dan melakukan penyesuaian jika diperlukan. Pembelajaran dari pengalaman, adaptasi, dan perbaikan berkelanjutan memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif dan relevan.

Dengan memahami pentingnya pemahaman lingkungan bisnis, kreativitas dan inovasi, fleksibilitas, serta evaluasi dan pembelajaran terus-menerus, perusahaan dapat membentuk strategi bisnis yang tangguh dalam menghadapi era manajemen yang berubah. Dengan demikian, mereka dapat mengoptimalkan peluang, mengatasi tantangan, dan mencapai keunggulan kompetitif dalam pasar yang dinamis.

Daftar Pustaka

Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2018). *Strategic management and competitive advantage: Concepts and cases*. Pearson.

- Grant, R. M. (2019). *Contemporary strategy analysis: Text and cases edition*. John Wiley & Sons.
- Porter, M. E. (1996). What is strategy? *Harvard Business Review*, 74(6), 61-78.
- Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long range planning*, 51(1), 40-49.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1994). *Competing for the future*. Harvard Business Review Press.
- Brown, S. L., & Eisenhardt, K. M. (1998). *Competing on the edge: Strategy as structured chaos*. Harvard Business Review Press.
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- O'Reilly, C. A., & Tushman, M. L. (2016). *Lead and disrupt: How to solve the innovator's dilemma*. Stanford Business Books.
- Kotter, J. P. (2012). *Leading change*. Harvard Business Review Press.
- Hambrick, D. C., & Fredrickson, J. W. (2001). Are you sure you have a strategy? *Academy of Management Executive*, 15(4), 48-59.