

MANAJEMEN DAN STRATEGI AGRIBISNIS

Penulis :

Paul Lumbantobing
Amruddin
Lina Samhina
Sitti Hardiyanti Mulaputri Ma'mur
Nursamsi
Syahroni
Khairun Annisa
Wiwik Ambarsari
Rizki Risanto Bahar
Maria Fransiska Darlen
Fitriana Dina Rizkina
Palti Maretto Caesar Manalu

ISBN : 978-623-125-684-3

Editor : Diana Purnama Sari M.E

Penyunting : Tri Putri Wahyuni. S.Pd

Desain Sampul dan Tata Letak : Atyka Trianisa, S.Pd

Penerbit : GET PRESS INDONESIA

Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi :

Jln. Palarik Air Pacah No 26 Kel. Air Pacah
Kec. Koto Tangah Kota Padang Sumatera Barat
Website : www.getpress.co.id
Email : adm.getpress@gmail.com

Cetakan pertama, Maret 2025

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dalam segala kesempatan. Sholawat beriring salam dan doa kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis telah menyelesaikan Buku Manajemen Dan Strategi Agribisnis ini.

Buku Ini Membahas Pengantar Manajemen Strategi Bisnis, Peran penting manajemen strategi bagi pengembangan agribisnis, Tahapan Perumusan Strategi, Visi dan Misi bisnis, Metodologi perumusan Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan, Analisis Lingkungan (Eksternal dan Internal)- EFE, IFE), Strategi-strategi dalam Praktek menurut Fred R. David (Kasus Agribisnis), Analisis dan Perumuasan Alternatif Strategi Perusahaan Agribisnis, Alat Analisis : Matriks SWOT, Mat, Analisis dan Perumusan Alternatif Strategi Unit Bisnis dan Fungsional, Alat analisis : *Competitive Profile Matrix* (CPM), Bench Marking dan Milestone, Analisis Isu-isu Strategis (Manajemen, Pemasaran, Keuangan, Litbang dan SIM), Pengendalian strategi, Kepemimpinan, tanggungjawab sosial, dan moral bisnis.

Proses penulisan buku ini berhasil diselesaikan atas kerjasama tim penulis. Demi kualitas yang lebih baik dan kepuasan para pembaca, saran dan masukan yang membangun dari pembaca sangat kami harapkan.

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penyelesaian buku ini. Terutama pihak yang telah membantu terbitnya buku ini dan telah mempercayakan mendorong, dan menginisiasi terbitnya buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia.

Padang, Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB 1 PENGANTAR MANAJEMEN STRATEGI BISNIS ...	1
1.1 Manajemen Strategi	2
1.2 Keunggulan Kompetitif	4
1.3 Model Manajemen Strategi.....	5
1.3.1 Pemindaian Lingkungan (<i>environmental scanning</i>).....	8
1.3.2 Formulasi Strategi.....	10
1.3.3 Implementasi Strategi	13
1.3.4 Evaluasi dan Pengendalian.....	14
1.3.5 Umpan Balik dan Proses Pembelajaran	16
1.4 Kepemimpinan Strategik.....	16
1.5 Hirarki Strategi.....	17
1.6 Kriteria Strategi yang Efektif	19
DAFTAR PUSTAKA.....	21
BAB 2 PERAN PENTING MANAJEMEN STRATEGI DALAM PENGEMBANGAN AGRIBISNIS	23
2.1 Ruang Lingkup Manajemen Strategi	24
2.2 Konsep Agribisnis	28
2.3 Peran dan Manfaat Manajemen Strategi	29
DAFTAR PUSTAKA.....	35
BAB 3 TAHAPAN PERUMUSAN STRATEGI, VISI DAN MISI BISNIS	37
3.1 Pendahuluan	37
3.1.1 Strategi Bisnis.....	37
3.1.2 Visi Strategis	39
3.1.3 Misi Strategis	41
3.2 Pentingnya Perumusan Strategi, Visi, dan Misi Bisnis.....	43
3.3 Tahapan Perumusan Strategi, Visi, dan Misi Bisnis ...	46
3.4 Relevansi Visi dan Misi dengan Strategi Bisnis.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	49

BAB 1

PENGANTAR MANAJEMEN STRATEGI BISNIS

Oleh Paul Lumbantobing

Suatu ketika ada dua orang sahabat yang sepakat untuk melakukan perjalanan berkemah di tengah hutan di wilayah Jambi. Ketika mereka berjalan jauh ke dalam hutan. Tiba-tiba, mereka bertemu dengan seekor harimau sumatera yang berdiri dengan posisi siap menyerang dan mengaum. Seketika, orang pertama melepas ranselnya dan mengeluarkan sepasang sepatu jogging. Orang kedua berkata, "Hei, kamu tidak bisa lari lebih cepat dari harimau itu." Orang pertama menjawab, "Mungkin saya tidak bisa berlari lebih cepat dari harimau itu, tapi saya pasti bisa berlari lebih cepat dari Anda!" Kisah ini menangkap gagasan manajemen strategis, yaitu untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif.

Situasi persaingan yang semakin sengit saat ini memaksa perusahaan yang ingin dapat bertahan dan bertumbuh harus menerapkan manajemen strategi bisnis. Strategi adalah rumusan tentang langkah apa saja yang harus dilakukan, sumber daya apa saja yang harus dimiliki untuk memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) yang bertahan lama dalam lingkungan pasar yang semakin kompetitif.

Dalam perumusan strategi dibutuhkan visi dari pemangku kepentingan yang utama. Berdasarkan visi tersebut dapat dirumuskan strategi berdasarkan kombinasi perspektif *inside-out* dan *outside-in*. Dari perspektif *inside-out* atau sering diistilahkan dengan *resources-based view*, dilakukan identifikasi sumber daya perusahaan yang mendukung pencapaian visi tersebut atau disebut kekuatan perusahaan, dan juga kondisi organisasi yang menghambat perusahaan untuk mencapai visi atau sering disebut sebagai kelemahan perusahaan. Dari perspektif *outside-in* atau *market-based view*, dilakukan

BAB 12

KEPEMIMPINAN, TANGGUNG JAWAB SOSIAL, MORAL BISNIS

Oleh Palti Maretto Caesar Manalu

12.1 Pendahuluan

Setiap organisasi bisnis memerlukan seseorang yang memiliki jiwa kepemimpinan yang baik agar dapat mengarahkan bawahannya untuk mencapai sebuah tujuan. Kepemimpinan merupakan suatu kecakapan yang harus dimiliki oleh seseorang dalam membangun semangat kerja bawahannya, serta memutuskan strategi suatu organisasi bisnis berdasarkan tekad yang dimiliki. Seorang pemimpin harus memiliki keahlian, sikap yang positif, dan perencanaan yang matang untuk membawa organisasi bisnis yang dipimpin dalam mencapai tujuan yang telah disusun. Apabila pemimpin yang dipilih tidak memiliki kemampuan tersebut maka hasil yang telah dinantikan sedemikian lama tidak akan tercapai. Sebagai contoh, ketika seorang pemimpin divisi sumber daya manusia suatu perusahaan dihadapkan dengan situasi dalam menentukan calon karyawan baru, pemimpin tersebut haruslah bijaksana dalam menentukan kandidat yang layak diterima. Kalau pemimpin tersebut tidak cakap dalam menentukan kandidat tersebut maka kinerja perusahaan tidak berjalan dengan baik.

Tanggung jawab sosial merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh organisasi bisnis di masa kini. Pemenuhan tanggung jawab tersebut adalah bentuk kepedulian organisasi bisnis terhadap Masyarakat dan lingkungan di sekitar tempat berjalannya kegiatan bisnis. Bentuk dari kepedulian tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk kegiatan pembangunan fasilitas umum atau pencegahan terhadap kerusakan lingkungan.

Dalam implementasinya, moral bisnis berkaitan erat dengan kewajiban yang harus dilakukan oleh organisasi bisnis atau perusahaan. Dalam kegiatan usahanya, perusahaan tidak