

# **KONSEP STRATEGI DAN KEPUTUSAN STRATEJIK**

Disusun untuk Memenuhi Ujian Akhir Semester Mata Kuliah

*Decision Making*

Dosen Pengampu : Ahmad Syauqi Bawashir. S.H.,M.H.



Oleh :

Noor Khayatri Putri Y.N	2302210304
Ani Cylvia	2302210307
Khasifa Riana	2302210309
Raniatus Sholihah	2302210312
Izzanatul Fithanah MJ	2302210339
Qorinatul Jamilah	2302210342

KELOMPOK 3

**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BAHAUDIN MUDHARY MADURA  
2025**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, makalah yang berjudul “*Konsep Strategi dan Keputusan Strategik*” ini dapat diselesaikan dengan baik. Makalah ini disusun sebagai salah satu bentuk pemahaman dan pengembangan wawasan dalam bidang manajemen strategik, khususnya mengenai pentingnya perumusan strategi serta pengambilan keputusan strategik dalam organisasi.

Dalam makalah ini, penulis membahas berbagai konsep dasar strategi, peran penting keputusan strategik, serta bagaimana kedua aspek tersebut saling berkaitan dalam mendukung keberhasilan jangka panjang suatu organisasi. Penyusunan makalah ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, masukan, dan referensi dalam proses penyusunan makalah ini.

Penulis menyadari bahwa makalah ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, semoga makalah ini dapat memberikan manfaat dan menjadi bahan kajian yang berguna bagi pembaca.

Sumenep, 13 Juni 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

### Contents

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan penelitian.....	2
BAB II.....	3
PEMBAHASAN .....	3
2.1 Pengertian dan konsep strategi.....	3
2.2 Keputusan Stratejik .....	4
2.3 Karakteristik keputusan stratejik.....	5
2.4 Domain keputusan stratejik.....	6
2.5 Komponen-komponen keputusan stratejik.....	7
2.6 Model-model stratejik .....	9
2.7 Visi, misi dan nilai-nilai dalam keputusan stratejik .....	11
BAB III.....	15
PENUTUP .....	15
3.1 Kesimpulan.....	15
3.2 Saran.....	15

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Dalam dunia bisnis dan organisasi saat ini, keberhasilan jangka panjang sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam merancang dan mengimplementasikan strategi yang tepat. Strategi merupakan rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi dengan mengalokasikan sumber daya secara optimal serta memanfaatkan keunggulan kompetitif yang dimiliki. Keunggulan ini bisa berupa sumber daya, kapasitas inovasi, jaringan, maupun kualitas layanan yang menjadi nilai tambah dalam persaingan di pasar.

Pengambilan keputusan strategik menjadi salah satu aspek penting dalam rangka menentukan arah organisasi menuju keberhasilan. Keputusan strategik sendiri memiliki karakteristik yang kompleks, melibatkan berbagai variabel baik internal maupun eksternal, dan biasanya diambil oleh tingkat manajemen puncak karena berimplikasi jangka panjang dan memerlukan komitmen sumber daya besar,.

Agar keputusan strategik dapat optimal dan selaras dengan visi dan misi organisasi, peran pengambil keputusan sangat vital. Keputusan ini harus didasarkan pada analisis yang cermat terhadap kekuatan, kelemahan internal, serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang konsep strategi, karakteristik, domain, dan komponen keputusan strategik menjadi kunci utama untuk keberhasilan dalam mengambil langkah-langkah strategis yang tepat,.

Makalah ini disusun guna memberikan gambaran menyeluruh mengenai konsep strategi dan pengambilan keputusan strategik, yang diharapkan dapat menjadi referensi dan panduan dalam proses pengambilan keputusan di berbagai organisasi, baik di sektor publik maupun swasta.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apa itu strategi dan konsep strategi?
2. Apa itu Keputusan stratejik?
3. Apa saja Karakteristik Keputusan stratejik?
4. Apa saja Domain keputusan stratejik?
5. Apa saja Komponen-komponen keputusan stratejik?
6. Apa saja model-model stratejik?
7. Apa saja Visi,misi dan Nilai nilai dalam keputusan Stratejik

## **1.3 Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui apa itu strategi dan konsep stratejik
2. Untuk mengetahui apa itu Keputusan stratejik
3. Untuk mengetahui apa saja Karakteristik Keputusan stratejik
4. Untuk mengetahui apa saja Domain keputusan stratejik
5. Untuk mengetahui apa saja komponen-komponen keputusan stratejik
6. Untuk mengetahui apa saja model-model stratejik
7. Untuk mengetahui Visi,misi dan Nilai nilai dalam keputusan Stratejik

## **BAB II**

### **PEMBAHASAN**

#### **2.1 Pengertian dan konsep strategi**

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategia* ( *stratus* = militer ; dan *ag* = memimpin ), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah - daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Matloff (1967) Strategi adalah seni seorang jenderal (the art of the general). Seorang jenderal yang baik tahu kapan harus bertindak dan paham kekuatan serta kelemahan lawan. Jadi, Strategi adalah rencana menyeluruh yang disusun untuk mencapai tujuan baik jangka Panjang maupun jangka pendek. Strategi mencakup pengambilan keputusan penting mengenai penggunaan sumber daya, arah tindakan, serta cara mengatasi hambatan dan memanfaatkan peluang dalam lingkungan yang kompetitif atau dinamis.

Berdasarkan perspektif yang pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan implementasi misinya. Artinya, bahwa para manajer memainkan peranan penting yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Sedangkan berdasarkan perspektif kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit.

Pandangan ini diterapkan bagi para manajer yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan. Pernyataan strategi secara eksplisit merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Strategi memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil akan bersifat subyektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain.

## 2.2 Keputusan Stratejik

Pengambilan keputusan merupakan salah satu aspek krusial dalam kehidupan sehari-hari, baik pada tingkat individu maupun organisasi. Dalam konteks yang semakin kompleks dan dinamis, kemampuan untuk membuat keputusan yang tepat menjadi sangat penting. Di era global yang semakin cepat ini, dimana informasi yang tersedia dalam jumlah yang melimpah dan situasi yang dihadapi sering kali tidak terduga, pengambilan keputusan yang efektif sangat penting. Strategi pengambilan keputusan yang efektif tidak hanya membantu individu dan kelompok dalam menghadapi tantangan, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian tujuan jangka Panjang. Dalam suatu organisasi ataupun perusahaan sudah sewajarnya ada dan organisasi ataupun perusahaan tersebut harus bisa menyelesaikan permasalahan yang sedang mereka hadapi.

Adapun dalam menyelesaikan masalah tidak bisa serta merta mengambil keputusan begitu saja, harus mengatur strategi agar keputusan yang diambil tidak berakibat buruk pada akhirnya. Strategi adalah hal krusial dalam perusahaan karena digunakan untuk mendukung keputusan manajemen tingkat atas dalam mengatur sumber daya. Adapun pengambilan keputusan ialah cara yang digunakan seseorang untuk memilih dari beberapa alternatif yang dapat menyelesaikan permasalahan, sedangkan secara bahasa pengambilan keputusan berasal dari bahasa Inggris yaitu decision maker, kata ini awalnya berasal dari decision yang berarti keputusan dan yang berarti membuat (Echols & Shadily, 1990). Dalam bahasa Latin, decision berasal dari prefik de yang berarti off dan kata caedo yang berarti to cut. Jika diambil kesimpulan maka decision adalah proses kognitif cut off yang digunakan untuk memilih alternatif yang mungkin (Rohaety, 2010, p. 150).

Dari penjelasan di atas diketahui bahwa pengambilan keputusan adalah proses memilih dari berbagai alternatif-alternatif. Definisi ini memiliki 3 makna utama, yaitu:

1. Adanya logika atau pertimbangan dalam memilih.
2. Ada beberapa alternatif yang harus dipilih
3. Ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu makin mendekat dengan tujuan tersebut (Stoner & Winkel, 1993).

Maka dari itu peran pengambil keputusan adalah peran yang penting karena menyangkut tujuan masa depan dari sebuah organisasi atau perusahaan.

Keputusan strategik adalah memilih dari beberapa pilihan strategi. Pilihan ini harus realistis, artinya keinginan yang masuk akal dan bisa benar-benar dilakukan. Jadi, keputusan ini bukan asal pilih, tapi harus bisa dijalankan dan menjadi bagian dari strategi organisasi (Ansoff, 1970).

Baker (1980) mengatakan bahwa keputusan strategik itu sederhana: biasanya keputusan ini terkait dengan usaha untuk menciptakan, menghasilkan, dan membagikan sumber daya. Intinya, keputusan strategik berkaitan dengan kapasitas dan kekuatan organisasi.

### **2.3 Karakteristik keputusan strategik**

Dalam konteks manajemen strategis, keputusan strategik merupakan keputusan penting yang mempengaruhi arah jangka panjang organisasi. Keputusan ini tidak hanya melibatkan tingkat manajemen tertinggi, tetapi juga memerlukan pertimbangan menyeluruh terhadap berbagai faktor internal dan eksternal. Menurut Schwenk (1988), terdapat beberapa karakteristik utama dari keputusan strategik, antara lain:

1. Tidak terstruktur dan nonrutin

Keputusan strategik tidak mengikuti pola yang tetap atau prosedur standar. Masalahnya sering kali baru, unik, dan tidak bisa diselesaikan dengan solusi rutin. Karena itu, keputusan ini memerlukan kreativitas, analisis mendalam, dan pertimbangan matang.

2. Memegang peranan sentral bagi organisasi

Keputusan strategik menyangkut hal-hal penting yang berdampak langsung pada arah dan kelangsungan hidup organisasi. Misalnya: ekspansi pasar, inovasi produk, merger, atau perubahan model bisnis.

3. Umumnya sangat kompleks

Masalah yang dihadapi tidak sederhana; banyak variabel saling berkaitan, dan keputusan harus mempertimbangkan faktor internal dan eksternal organisasi. Kompleksitas ini membuat analisis dan prediksi hasil menjadi sulit.



4. Memiliki kelainan tersendiri

Setiap keputusan strategik biasanya memiliki keunikan—tidak ada satu solusi yang bisa digunakan untuk semua kasus. Setiap organisasi, situasi, dan waktu menghadirkan kondisi khusus yang harus dipertimbangkan.

5. Keterlibatan

Keputusan strategik melibatkan berbagai pihak, biasanya dari level manajemen atas, dan mungkin juga stakeholder lain seperti pemilik saham, dewan direksi, atau mitra strategis. Ini karena dampaknya luas dan menyangkut masa depan organisasi.

6. Memiliki konsekuensi yang besar

Keputusan ini berisiko tinggi karena dapat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan organisasi dalam jangka panjang. Kesalahan bisa berdampak fatal—kehilangan pangsa pasar, kerugian besar, atau bahkan kebangkrutan.

7. Selalu mendahului

Keputusan strategik biasanya diambil untuk mengantisipasi masa depan, bukan hanya merespons situasi saat ini. Ini bersifat proaktif—bertujuan untuk menciptakan peluang, mengatasi ancaman, atau memimpin perubahan sebelum krisis muncul.

## 2.4 Domain keputusan strategik

Domain Keputusan Strategik menurut Shirley (1980)

Dalam menyusun strategi organisasi, terdapat beberapa domain keputusan strategik yang menjadi acuan utama dalam menentukan arah dan kebijakan organisasi. Domain ini mencakup beberapa aspek fundamental sebagai berikut:

1. Visi Sentral atau Misi Fundamental

Organisasi harus memiliki tujuan umum serta prinsip-prinsip dasar yang menjadi landasan utama dalam segala aktivitasnya. Visi dan misi ini menjadi pedoman jangka panjang yang memberikan arah bagi organisasi dalam mencapai cita-cita dan perannya di masyarakat.

2. Berpedoman pada Misi

Segala bentuk tindakan dan keputusan organisasi sebaiknya selalu mengacu pada misi utamanya. Dalam konteks ini, pelayanan kepada masyarakat menjadi inti

dari misi tersebut. Organisasi yang efektif adalah yang mampu mempertahankan fokusnya dalam memberikan manfaat nyata kepada publik.

3. Tujuan dan Sasaran

Organisasi harus menetapkan capaian yang ingin diraih melalui berbagai program yang dijalankan. Tujuan ini bersifat spesifik dan terukur, sementara sasaran adalah langkah-langkah strategis yang membantu pencapaian tujuan tersebut.

4. Program dan Pelayanan

Dalam pelaksanaan operasionalnya, organisasi perlu menentukan prioritas program serta merancang program-program baru sesuai kebutuhan dan dinamika yang berkembang. Program ini harus relevan dengan misi dan sasaran yang telah ditetapkan.

5. Berkaitan dengan Wilayah Pelayanan secara Geografis

Organisasi juga harus mampu mengidentifikasi daerah-daerah pelayanan dan menentukan prioritas berdasarkan kebutuhan serta potensi wilayah tersebut. Hal ini penting untuk memastikan distribusi sumber daya yang adil dan efektif.

6. Keunggulan Komparatif

Organisasi perlu mengenali dan mengembangkan keunggulan-keunggulan yang dimilikinya dibandingkan dengan entitas lain. Keunggulan ini bisa berupa sumber daya, kapasitas inovasi, jaringan, atau kualitas layanan yang menjadi nilai lebih dalam persaingan strategis.

## **2.5 Komponen-komponen keputusan stratejik**

1. Dibuat oleh pembuat keputusan tingkat tinggi

Hanya manajemen puncak atau dewan direksi yang memiliki otoritas untuk membuat keputusan strategik karena melibatkan komitmen sumber daya besar dan berjangka panjang .

2. Bertujuan mencapai visi, misi, tujuan, dan sasaran organisasi

Keputusan harus selaras dengan visi dan misi, serta menetapkan nilai dan sasaran strategik jangka panjang .

3. Berlandaskan analisis kemampuan dan sumber daya internal

Melakukan penilaian terhadap kekuatan dan kelemahan internal (resources, SDM, teknologi), agar strategi realistis dan feasible .

4. Mempertimbangkan nilai-nilai dan karakter pembuat keputusan  
Keputusan strategik sangat dipengaruhi oleh nilai, intuisi, pengalaman, serta bias personal pengambil keputusan .
5. Mempertimbangkan lingkungan eksternal  
Analisis PESTEL, persaingan, tren, ancaman dan peluang pasar diperlukan untuk mengadaptasi strategi .
6. Adanya relasi antar variabel eksternal dan internal  
Kekuatan internal harus match dengan peluang eksternal; demikian juga kelemahan diantisipasi dulu .
7. Pilihan dari beberapa alternatif strategi  
Menyusun beberapa alternatif, menilai risiko dan dampak, lalu memilih yang terbaik berdasarkan kerangka keputusan .
8. Mengandung elemen kompetisi/persaingan  
Strategi harus memperhitungkan posisi kompetitif dan penciptaan keunggulan kompetitif .

## **2.6 Model-model strategik**

Dalam proses pengambilan keputusan strategis, terdapat berbagai model yang dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana suatu keputusan penting dibuat, terutama dalam konteks organisasi besar atau pemerintahan. Model-model ini menggambarkan pendekatan yang berbeda, tergantung pada struktur organisasi, peran individu, serta dinamika kelompok atau politik yang ada. Berikut adalah uraian naratif dari beberapa model keputusan strategik yang sering dijadikan acuan:

### **1. The Rational Actor Model**

Model ini memandang bahwa negara atau organisasi bertindak layaknya seorang individu rasional. Dalam pendekatan ini, proses pengambilan keputusan dilakukan secara logis dan sistematis. Organisasi menetapkan tujuan yang jelas, mengidentifikasi berbagai alternatif tindakan, mengevaluasi konsekuensi dari masing-masing alternatif, dan akhirnya memilih opsi terbaik yang paling rasional untuk mencapai tujuan tersebut. Pendekatan ini sangat menekankan efisiensi dan efektivitas serta sangat bergantung pada data dan informasi yang akurat. Model ini

cocok diterapkan dalam kondisi stabil, ketika informasi tersedia secara lengkap dan waktu pengambilan keputusan tidak terlalu mendesak.

## 2. The Organizational Process Model

Berbeda dengan model rasional, model ini memfokuskan pada rutinitas dan prosedur standar yang berlaku dalam sebuah organisasi. Dalam banyak kasus, keputusan strategis bukan diambil melalui analisis rasional menyeluruh, tetapi lebih merupakan hasil dari aturan, kebiasaan, dan prosedur administratif yang telah lama dibentuk. Organisasi bertindak berdasarkan pola kerja yang sudah tertanam dalam struktur birokrasi. Oleh karena itu, model ini menekankan pentingnya proses internal organisasi dalam membentuk keputusan, dan menyiratkan bahwa perubahan kebijakan sering kali bersifat inkremental atau bertahap.

## 3. Government Politics Model

Model ini menggambarkan pengambilan keputusan sebagai hasil dari interaksi dan persaingan antar aktor politik dalam pemerintahan. Setiap aktor memiliki kepentingan, kekuasaan, dan agenda masing-masing. Oleh karena itu, keputusan strategis bukan merupakan hasil dari satu pemikiran tunggal atau proses organisasi yang rutin, melainkan merupakan kompromi dari berbagai pihak yang terlibat. Dalam konteks ini, keputusan adalah produk dari tarik-menarik kekuatan politik (*bargaining power*) dan hasil negosiasi di antara kelompok yang memiliki pengaruh. Model ini relevan dalam situasi politik yang kompleks, di mana kekuasaan tersebar di antara banyak aktor.

## 4. The Small Group Process Model

Model ini menekankan peran kelompok kecil dalam proses pengambilan keputusan strategis, khususnya di tingkat tinggi pemerintahan atau organisasi. Kelompok ini biasanya terdiri dari para pejabat kunci, penasihat senior, atau elite organisasi yang memiliki akses langsung terhadap informasi penting dan pemimpin tertinggi. Dalam forum tertutup, mereka melakukan diskusi, mempertimbangkan berbagai alternatif, serta merumuskan keputusan bersama. Dinamika kelompok, seperti pengaruh antar anggota, kohesi, serta gaya komunikasi, sangat menentukan arah keputusan yang diambil. Model ini

memperlihatkan bahwa keputusan besar sering kali lahir dari interaksi informal dan diskusi intensif antar individu yang memiliki kepercayaan satu sama lain.

#### 5. The Dominant Leader Model

Model ini memberi penekanan pada peran sentral seorang pemimpin yang dominan dalam menentukan arah kebijakan atau keputusan strategis. Dalam situasi tertentu, pemimpin yang kuat dan karismatik dapat mengesampingkan proses organisasi, diskusi kelompok, bahkan pertimbangan rasional, dan menggantinya dengan keputusan personal yang didasarkan pada intuisi, visi, atau pengalaman pribadinya. Pemimpin seperti ini biasanya memiliki otoritas tinggi dan pengaruh besar, sehingga pendapat atau keputusannya sangat menentukan arah organisasi atau negara. Model ini umum terjadi dalam rezim otoriter, situasi krisis, atau organisasi yang sangat tersentralisasi.

Secara keseluruhan, masing-masing model memiliki kelebihan dan kekurangan, serta relevansi yang berbeda tergantung pada konteks situasi dan struktur organisasi yang bersangkutan. Dalam praktiknya, keputusan strategis sering kali merupakan kombinasi dari beberapa model ini, tergantung pada siapa yang terlibat, bagaimana proses berlangsung, dan situasi apa yang sedang dihadapi.

### 2.7 Visi, misi dan nilai-nilai dalam keputusan stratejik

#### A. Visi Organisasi

Visi merupakan gambaran ideal dan jangka panjang mengenai masa depan yang ingin dicapai oleh sebuah organisasi. Visi adalah sebuah penglihatan jauh ke depan—sebuah sketsa masa depan yang indah dan penuh harapan—yang menjadi arah bagi setiap tindakan dan keputusan organisasi. Biasanya, visi dirancang untuk jangka waktu yang cukup panjang, sekitar 20 tahun atau lebih.

Penting untuk dipahami bahwa visi bukan sekadar slogan atau kata-kata indah. Visi harus melekat kuat dalam hati seorang pemimpin organisasi, karena dari sanalah visi akan ditransformasikan ke dalam perencanaan strategis yang konkret. Dalam banyak kasus, visi dirumuskan oleh sekelompok kecil orang yang memiliki pandangan ke depan. Rumusan awal dapat berasal dari seorang pemimpin karismatik atau seorang pakar yang memahami tantangan dan peluang yang akan dihadapi organisasi di masa depan.

Namun, sebagaimana diungkapkan oleh Coulson-Thomas (1992), menyampaikan dan menyebarkan visi ke seluruh bagian organisasi bukanlah hal yang mudah. Proses komunikasi visi sering kali menghadapi tantangan dan konflik, baik secara vertikal maupun horizontal. Misalnya, antara eselon atas dan eselon bawah, antara generalis dan spesialis, ataupun antar unit kerja dalam organisasi, terutama dalam organisasi besar yang kompleks. Oleh karena itu, penting bagi seorang pemimpin untuk tidak hanya merumuskan visi, tetapi juga mampu menginspirasi seluruh anggota organisasi untuk memahami dan menghayatinya.

#### B. Misi Organisasi

Sementara visi menggambarkan masa depan yang ingin dicapai, misi menjelaskan alasan keberadaan organisasi tersebut. Misi adalah pernyataan yang menjelaskan maksud dan tujuan utama dari keberadaan organisasi, atau dalam istilah Wheelen and Hunger (1990), disebut sebagai *its reason for existing*. Misi menjadi dasar bagi semua kegiatan operasional dan strategis yang dilakukan oleh organisasi, sekaligus menjadi penentu arah dalam pencapaian visi.

Dengan memiliki misi yang jelas, organisasi dapat memastikan bahwa setiap unit, departemen, dan individu bergerak dalam jalur yang selaras. Misi juga berfungsi sebagai alat komunikasi untuk menjelaskan kepada para pemangku kepentingan—termasuk karyawan, pelanggan, mitra, dan masyarakat luas—tentang apa yang menjadi fokus dan nilai-nilai utama organisasi.

#### C. Nilai-nilai

Nilai-nilai organisasi merupakan suatu fondasi penting dalam membangun budaya organisasi yang sehat dan berkelanjutan. Nilai-nilai ini adalah seperangkat pedoman, prinsip, serta standar moral dan etika yang menjadi dasar dalam menentukan bagaimana setiap individu di dalam organisasi bertindak dan bersikap dalam menjalankan perannya. Nilai-nilai tersebut menjadi kompas yang mengarahkan setiap tindakan anggota organisasi agar sejalan dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi tersebut.

Dalam konteks kerja, nilai-nilai organisasi sangat penting karena berfungsi sebagai pedoman utama yang mengatur perilaku dan sikap setiap individu dalam organisasi. Ketika seseorang bergabung dalam suatu organisasi, ia tidak hanya sekadar menjalankan tugas atau pekerjaan, tetapi juga diharapkan mampu

menyesuaikan diri dengan budaya dan nilai-nilai yang dianut oleh organisasi tersebut. Nilai ini akan membantu setiap anggota organisasi untuk memahami apa yang dianggap benar, pantas, dan diharapkan dalam lingkungan kerja tersebut.

Lebih dari itu, nilai-nilai organisasi berperan dalam mengarahkan tindakan seseorang menuju pencapaian visi organisasi. Visi organisasi adalah gambaran masa depan yang ingin dicapai, dan nilai-nilai menjadi panduan dalam menentukan langkah-langkah yang harus diambil untuk sampai ke sana. Dengan kata lain, nilai memberikan arah dan batasan moral dalam menjalankan tugas demi mencapai tujuan bersama.

Nilai-nilai ini juga mempengaruhi cara individu bersikap terhadap berbagai pihak. Mulai dari sikap terhadap organisasi itu sendiri, terhadap sesama rekan kerja (sejawat), hingga kepada masyarakat luas atau klien yang menjadi sasaran pelayanan organisasi. Melalui nilai-nilai yang kuat, individu dapat menumbuhkan rasa tanggung jawab, integritas, kerja sama, dan rasa hormat terhadap orang lain. Semua ini menciptakan lingkungan kerja yang positif dan harmonis.

Hal yang sangat penting untuk dipahami adalah bahwa nilai tidak dapat dipisahkan dari visi dan misi organisasi. Ketiganya membentuk satu kesatuan yang saling berkaitan dan saling memperkuat. Visi adalah gambaran tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh organisasi. Misi adalah cara atau langkah-langkah strategis yang harus dilakukan untuk mencapai visi tersebut. Sedangkan nilai adalah roh atau jiwa dari organisasi, yang menjadi dasar dalam setiap pelaksanaan misi dan upaya pencapaian visi.

Tanpa nilai-nilai yang kuat dan jelas, organisasi akan kehilangan arah moral dan etika dalam proses pencapaian tujuannya. Oleh karena itu, nilai menjadi semacam tali pengikat yang menyatukan seluruh elemen organisasi—mulai dari pimpinan hingga staf pelaksana—dalam satu pemahaman dan semangat yang sama. Bahkan, nilai sering kali menjadi identitas organisasi, yang membedakannya dari organisasi lain. Dalam praktiknya, nilai-nilai organisasi biasanya diwujudkan dalam bentuk sikap profesionalisme, kejujuran, tanggung jawab, inovasi, dan komitmen terhadap pelayanan. Nilai-nilai inilah yang akan membentuk budaya organisasi yang kuat dan menjadi kekuatan utama dalam mencapai keunggulan kompetitif di tengah persaingan.





## **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **3.1 Kesimpulan**

Strategi dan keputusan strategik merupakan komponen utama yang menentukan keberhasilan jangka panjang organisasi. Strategi berfungsi sebagai rencana aksi yang mengarahkan organisasi dalam mencapai visi, misi, serta tujuan strategisnya melalui pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Pengambilan keputusan strategik memiliki karakteristik yang unik, kompleks, dan bersifat nonrutin serta melibatkan berbagai variabel internal maupun eksternal yang mempengaruhi arah dan keberlanjutan organisasi.

Proses pengambilan keputusan strategik harus didasari oleh analisis yang matang terhadap lingkungan dan sumber daya organisasi, serta mempertimbangkan nilai, karakter, dan kompetensi pengambil keputusan. Model-model strategik seperti model aktor rasional dan model proses organisasi memberikan kerangka teoritik dalam memahami proses pengambilan keputusan tersebut. Selain itu, keberhasilan dalam menentukan strategi sangat dipengaruhi oleh peran aktif manajemen puncak serta keselarasan antara visi, misi, nilai, dan kondisi lingkungan yang dihadapi.

Dengan demikian, penguasaan konsep strategi dan pengambilan keputusan strategik yang tepat dan konsisten sangat penting dalam mendukung organisasi untuk tetap kompetitif, adaptif, dan mampu mencapai keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang dinamis dan kompetitif.

#### **3.2 Saran**

1. Organisasi perlu meningkatkan pemahaman dan penerapan konsep strategi yang tepat agar pengambilan keputusan strategik dapat dilakukan secara efektif dan efisien, terutama dalam menghadapi perubahan lingkungan yang dinamis dan kompetitif.
2. Penting bagi manajemen puncak dan seluruh alur pengambil keputusan di organisasi untuk selalu melakukan analisis menyeluruh terhadap faktor internal

dan eksternal sebelum menetapkan strategi, guna memastikan keputusan yang diambil relevan dan berorientasi pada pencapaian tujuan jangka panjang.

3. Organisasi disarankan untuk mengadopsi berbagai model keputusan strategik yang sesuai dengan karakteristik dan struktur organisasinya, serta memperhatikan faktor sosial dan politik yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

4. Pengembangan budaya organisasi yang mendukung inovasi, kreativitas, dan analisis kritis menjadi kunci dalam meningkatkan kualitas keputusan strategik yang diambil.

5. Terakhir, organisasi perlu terus melakukan evaluasi dan penyesuaian strategi secara berkala agar tetap relevan dan mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal dan internal, sekaligus mempertahankan keunggulan kompetitifnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, B., Hudalil, A., & Ahiruddin, A. (2019). Konsep digital marketing berbasis SEO (Search Engine Optimization) dalam strategi pemasaran. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 4(2), 87-94.
- Febriana, E. A. (2025). *MANAJEMEN DAN STRATEGI PENGAMBILAN KEPUTUSAN ORGANISASI*. Penerbit Widina.
- Yusril, M., & Yusri, A. F. (2023). Konsep Perencanaan Strategis di Lembaga Pendidikan. *Nazzama: Journal of Management Education*, 2(2), 205-212.
- Fadhli, M. (2020). Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan. *Continuous Education: Journal of Science and Research*, 1(1), 11-23.
- Sedjati, R. S. (2015). Manajemen Strategis.
- Sudjiman, P. E., & Sudjiman, L. S. (2018). Analisis sistem informasi manajemen berbasis komputer dalam proses pengambilan keputusan. *TeIKa*, 8(2), 55-66.