
Literature Review : Implementasi Manajemen Strategi di Industri Global

Indah Dwi Mentari¹, Raysha Ramadhani², Purwadhi³, Yani Restiani Widjaja⁴

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

Email: nouradwimentari@gmail.com; drraysharamadhani@gmail.com; purwadhi@ars.co.id; yani.yrw@ars.ac.id

Article History:

Received: 16 November 2024

Revised: 26 Desember 2024

Accepted: 30 Desember 2024

Keywords: *manajemen strategi, industri global, implementasi strategi.*

Abstract: *Manajemen strategi merupakan kunci untuk membantu perusahaan mencapai tujuan jangka panjang, mempertahankan keunggulan kompetitif, dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang cepat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis literatur terkini tentang implementasi manajemen strategi di berbagai industri di seluruh dunia, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi, kesulitan implementasi, dan metode yang berhasil. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah tinjauan literatur sistematis terhadap artikel-artikel ilmiah, buku, dan sumber-sumber lain yang relevan. Hasil : penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital, dukungan kepemimpinan, adaptabilitas organisasi, dan budaya perusahaan sangat mempengaruhi keberhasilan implementasi strategi. Kesimpulan : Penerapan manajemen strategi di industri global membutuhkan pendekatan yang fleksibel dan berbasis data. Studi ini juga memberikan pemahaman yang komprehensif tentang praktik terbaik dalam penerapan strategi serta saran untuk perusahaan global yang ingin meningkatkan efektivitas manajemen strateginya untuk menangani tantangan masa depan.*

PENDAHULUAN

Industri di seluruh dunia menghadapi tantangan yang semakin kompleks dan dinamis dalam era globalisasi yang berkembang pesat. Manajemen strategi adalah proses berkelanjutan yang melibatkan formulasi, implementasi, dan evaluasi tindakan perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif (Hill et al, 2017). Untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan global yang ketat, perusahaan harus menggunakan strategi manajemen yang kuat. Globalisasi dunia memungkinkan berbagai entitas bisnis memperluas aktivitas bisnisnya ke pasar global baik Government to Government (G2G), Business to Business (B2B), Business to Consumer (B2C) (Verbeke & Lee, 2021). Perusahaan yang menerapkan manajemen strategi dalam industri global dapat mempertahankan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan lebih mudah beradaptasi dengan perubahan.

Strategi global mencakup berbagai pendekatan untuk memasuki pasar internasional,

termasuk dengan mempertimbangkan aspek-aspek seperti inovasi produk, penyesuaian budaya, dan adaptasi terhadap regulasi regional (Barney & Hesterly, 2019). Memasuki pasar global dapat berdampak baik maupun buruk bagi perusahaan. Dampak positif dari memasuki pasar global yaitu terciptanya pasar baru, perluasan ukuran pasar produk, peningkatan pendapatan ROI dari transaksi bisnis global, perluasan kapasitas produksi, kemudahan memperoleh produk yang dibutuhkan, kemudahan memperoleh sumber daya yang tidak dimiliki oleh entitas bisnis yang dapat dipasok dari pasar global, pengakuan global atas merek produk, terciptanya berbagai keunggulan kompetitif, terciptanya kepuasan pelanggan global, dan lain sebagainya (Verbeke & Lee, 2021).

Kelemahan dari pasar global yaitu persaingan kualitas dan harga produk yang semakin kompetitif, persaingan efisiensi produksi, arus produk dan uang lintas negara yang semakin tinggi, peningkatan biaya, hambatan perdagangan global, kurangnya perhatian terhadap permintaan domestik suatu negara, dan lain sebagainya (Hill et al., 2018; Lessard & Westney, 2021). Perkembangan teknologi digital, perubahan dalam regulasi di berbagai negara, dan pergeseran preferensi konsumen yang dipengaruhi oleh faktor budaya lokal memperparah masalah ini. Untuk tetap relevan dan kompetitif dalam situasi seperti ini, perusahaan harus menerapkan strategi manajemen yang berhasil.

Perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan meningkatkan peluang untuk sukses di pasar internasional dengan memahami dan menerapkan strategi manajemen global secara efektif. Tulisan ini akan membahas penggunaan manajemen strategi di industri global, termasuk masalah dan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan posisi kompetitif di pasar internasional yang sangat dinamis.

METODE

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah literatur review atau kajian kepustakaan. Menurut Prof. Dr. Sugiyono *literature review* adalah suatu kajian atau telaah kritis terhadap berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian yang dilakukan untuk memahami dan menemukan celah (gap) penelitian yang ada, serta untuk merumuskan dasar teoritis yang mendukung penelitian yang akan dilakukan (Sugiyono, 2015).

Kriteria inklusi untuk penelitian ini meliputi artikel yang diterbitkan dalam 10 tahun terakhir (2014-2024), artikel yang membahas mengenai Implementasi Manajemen Strategi di Industri Global. Kriteria eksklusi mencakup artikel yang tidak memiliki fokus utama pada mengenai Implementasi Manajemen Strategi di Industri Global. Kata Kunci yang digunakan adalah manajemen strategi, industri global, implementasi strategi.

Artikel yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis secara kritis untuk mengevaluasi kelebihan dan kekurangannya, serta bagaimana temuan tersebut relevan dalam konteks Implementasi Manajemen Strategi di Industri Global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen strategi memainkan peran penting dalam pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan dan memastikan keberlanjutan dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam persaingan global yang semakin ketat, manajemen strategi sangat penting. Manajemen strategi menjadi lebih kompleks di lingkungan bisnis yang dinamis dan membutuhkan pendekatan yang responsif terhadap perubahan. Untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi, strategi dirancang, dilaksanakan, dan dievaluasi. Untuk mencapai keunggulan kompetitif dan memastikan keberlanjutan perusahaan, implementasi manajemen strategi dianggap penting, terutama dalam lingkungan bisnis yang dinamis (David & David, 2017). Studi tentang manajemen strategi telah

berkembang dalam beberapa dekade terakhir dan mencakup berbagai elemen, seperti penggunaan teknologi digital, adaptabilitas organisasi, dan peran kepemimpinan dalam mendukung keberhasilan implementasi strategi (Grant, 2016).

Di industri global saat ini, manajemen strategi membutuhkan pendekatan yang fleksibel dan berbasis data untuk menghadapi tantangan dan kompleksitas pasar yang terus berkembang. Di tengah persaingan ketat, perubahan regulasi, serta pergeseran preferensi konsumen yang dinamis, perusahaan global harus menyesuaikan strategi mereka untuk tetap kompetitif dengan menggunakan pendekatan yang fleksibel, yang memungkinkan mereka untuk lebih cepat menyesuaikan diri dengan perubahan, sementara pendekatan berbasis data mendukung pengambilan keputusan yang lebih akurat dan responsif terhadap kebutuhan pasar (Ansoff et al., 2019).

Studi ini menemukan bahwa analitik data, AI, dan digitalisasi proses adalah teknologi digital yang penting untuk meningkatkan manajemen strategi. Dengan bantuan teknologi, organisasi dapat menggunakan data secara real-time untuk membuat keputusan strategis, yang pada gilirannya meningkatkan respons mereka terhadap perubahan pasar (Porter & Heppelmann, 2015). Selain itu, keberhasilan implementasi strategi sangat bergantung pada fleksibilitas organisasi, terutama di industri yang sangat berubah seperti manufaktur dan teknologi. Dengan terbukanya pasar global, persaingan tidak hanya terjadi antara perusahaan lokal tetapi juga antara perusahaan dari berbagai negara. Menurut Porter (2019), persaingan global mendorong bisnis untuk terus mengembangkan dan merevisi strategi mereka untuk mempertahankan posisi mereka di pasar.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Implementasi Manajemen Strategi di Industri Global

1. Dukungan Kepemimpinan

Dalam implementasi strategi dukungan dari pemimpin organisasi sangat penting dalam implementasi strategi, terutama di lingkungan global yang kompleks. Perencanaan strategis dan komunikasi yang jelas serta penciptaan nilai bersama dengan semua pemangku kepentingan adalah bagian penting dari kepemimpinan yang efektif. Kepemimpinan yang mendukung menghasilkan lingkungan di mana karyawan dapat menemukan dan terlibat dalam tujuan strategis Perusahaan. Salah satu tanda kepemimpinan yang efektif adalah kemampuan untuk membuat keputusan dengan cepat (Bryson, 2018). Seorang pemimpin yang efektif tidak hanya memiliki kepekaan terhadap risiko tetapi juga mampu membuat pilihan strategis yang berani untuk kemajuan Perusahaan (Greenleaf, 2002). Pengambilan keputusan yang efektif melibatkan pemahaman yang mendalam tentang situasi, keterbukaan terhadap berbagai sudut pandang, dan kemampuan untuk memprediksi konsekuensi dari keputusan yang dibuat (Daft, 2017). Pemimpin yang memiliki kemampuan untuk memimpin tim mereka saat menghadapi ketidakpastian dan perubahan yang cepat akan memiliki lebih banyak kesuksesan dalam menerapkan strategi di pasar global (Robbins & Coulter, 2020)

2. Teknologi dan Digitalis

Teknologi digital telah mengubah cara organisasi merancang dan mengimplementasikan strategi di pasar global. Penggunaan big data, kecerdasan buatan, dan analitik memungkinkan perusahaan untuk memahami tren pasar secara real-time dan merespons perubahan dengan cepat. perusahaan yang berhasil mengintegrasikan teknologi dalam strategi mereka menunjukkan kemampuan yang lebih besar dalam menyesuaikan diri dengan perubahan pasar yang cepat, meningkatkan efisiensi, serta menjaga daya saing global (Cascio & Montealegre, 2016). Teknologi modern dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi kesalahan dalam

proses strategi (Porter&Heppelmann, 2020). Transformasi digital memungkinkan komunikasi lintas lokasi dan kolaborasi antar tim di seluruh dunia, selain memungkinkan akses ke data di seluruh dunia (Pyzdek & Keller, 2018). Teknologi juga memfasilitasi kolaborasi lintas lokasi, yang sangat penting dalam organisasi multinasional. Platform komunikasi digital seperti Microsoft Teams, Zoom, dan Slack memungkinkan kolaborasi yang efisien antara tim di berbagai belahan dunia. Menurut studi oleh Maznevski dan Chudoba (2021), teknologi ini mendukung pelaksanaan strategi perusahaan dengan menciptakan tim lintas fungsi yang dapat berkomunikasi secara efektif tanpa batas geografis. Hal ini tidak hanya meningkatkan koordinasi, tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk merespon secara cepat terhadap tantangan global

3. Pengaruh Budaya Organisasi

Budaya perusahaan memiliki dampak besar terhadap implementasi strategi, khususnya ketika organisasi beroperasi di berbagai negara dengan perbedaan budaya yang mencolok. Pengaruh budaya organisasi di bidang bisnis yang memiliki budaya yang toleran terhadap perubahan akan lebih mudah mengubah strategi mereka untuk memenuhi kebutuhan lokal (Cameron & Quinn, 2020).). Namun, perusahaan global sering kali dihadapkan pada konflik budaya yang dapat menghambat implementasi strategi. Memahami aspek budaya seperti individualisme versus kolektivisme atau jarak kekuasaan rendah versus tinggi dapat membantu organisasi mengubah cara mereka melihat pengelolaan strategi (Hofstede, 2019)

4. Sumber Daya Manusia dan Kompetensi Global

Dalam era globalisasi yang semakin kompleks, kompetensi sumber daya manusia (SDM) sangat penting untuk keberhasilan implementasi manajemen strategi. Kompetensi global ini mencakup kemampuan SDM untuk memahami, menyesuaikan diri, dan berkolaborasi dengan berbagai budaya, sistem ekonomi, dan peraturan yang ada di berbagai negara. Pengelolaan SDM yang efektif di pasar global juga dapat membantu organisasi beradaptasi dengan lingkungan yang semakin berubah. Ini juga dapat membantu perusahaan menghasilkan lebih banyak keuntungan dari menjadi bagian dari pasar global. Keberhasilan implementasi strategi juga dipengaruhi oleh kompetensi sumber daya manusia. Dalam konteks global, sumber daya manusia yang memiliki keterampilan lintas budaya dan pemahaman tentang pasar internasional sangat penting. Perusahaan yang menyediakan pelatihan untuk membangun keterampilan komunikasi lintas budaya dan pemahaman tentang kebijakan lokal lebih mungkin berhasil dalam menerapkan strategi mereka (Barney&Hesterly, 2019). Sumber daya manusia yang fleksibel dan adaptif terhadap perubahan lingkungan global merupakan salah satu keunggulan kompetitif dalam implementasi strategi di industri global (Johnson et al, 2021). Lingkungan bisnis global yang dinamis, kemampuan berinovasi dan menghadapi ketidakpastian juga penting untuk kompetensi SDM. Karyawan yang mampu berinovasi akan lebih cepat menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi di pasar internasional. Keterampilan ini juga sangat penting dalam mengembangkan strategi yang fleksibel dan berorientasi masa depan, sehingga organisasi dapat terus berinovasi dan bertahan di tengah persaingan global

(Menurut Tung&Stahl,2018)

5. Adaptabilitas Organisasi

Fleksibilitas dan kemampuan organisasi untuk beradaptasi terhadap perubahan eksternal sangat menentukan keberhasilan implementasi strategi. Perusahaan yang adaptif dapat menyesuaikan strategi mereka dengan cepat sesuai perubahan pasar, teknologi, atau regulasi. Adaptabilitas organisasi juga mencakup struktur organisasi yang memungkinkan keputusan dibuat dengan cepat dan efektif (Mintzberg, 2020). Perusahaan yang adaptif lebih mampu

menghadapi tantangan dalam lingkungan bisnis yang dinamis, menurut Wheelen et al. (2021). Struktur organisasi yang lebih fleksibel dan desentralisasi pengambilan keputusan untuk merespons perubahan secara cepat adalah dua cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan adaptabilitas ini (Johnson et al., 2021).

Manajemen Strategis untuk Menghadapi Era Globalisasi

Dunia bisnis mengalami transformasi besar sebagai akibat dari era globalisasi, yang menghasilkan pasar yang lebih bersatu dan kompetitif. Dalam situasi seperti ini, manajemen strategik menjadi alat penting yang memungkinkan bisnis menavigasi dan beradaptasi terhadap dinamika bisnis global. Organisasi yang memiliki manajemen strategik yang efektif dapat merancang arah tujuan mereka, menilai peluang dan hambatan, dan merespon dengan cepat terhadap perubahan. Strategi yang disesuaikan dengan globalisasi memungkinkan bisnis untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam persaingan internasional (Hill, Schilling, dan Jones 2019).

a. Tantangan dan Peluang Globalisasi terhadap Manajemen Strategik

a) Kompleksitas Lingkungan Bisnis Global

Globalisasi telah menciptakan lingkungan bisnis yang lebih kompleks. Karena globalisasi, bisnis harus menghadapi peraturan, budaya, dan preferensi konsumen yang berbeda di berbagai negara. Bisnis harus mengubah strategi mereka untuk menyesuaikan diri dengan keragaman ini, yang mencakup perubahan dalam regulasi pemerintah, politik, dan fluktuasi nilai tukar. Karena kompleksitas ini, perusahaan harus memasukkan manajemen risiko yang lebih matang ke dalam rencana global (Hitt, Ireland dan Hoskisson, 2017).

b) Teknologi sebagai Katalis Perubahan Strategi

Teknologi digital telah mempercepat perubahan pasar global, mempermudah komunikasi internasional, dan membuat akses informasi menjadi lebih mudah. Menurut Teece (2018), faktor utama yang mendorong perubahan dalam manajemen strategik adalah teknologi. Perusahaan harus dapat mempertahankan keunggulan kompetitif mereka dengan memasukkan teknologi seperti big data dan kecerdasan buatan ke dalam strategi mereka. Perusahaan dapat mengembangkan model bisnis baru yang relevan di seluruh dunia dan meningkatkan efisiensi operasional mereka dengan bantuan teknologi.

c) Perubahan Preferensi Konsumen Global

Globalisasi membawa pengaruh terhadap preferensi dan ekspektasi konsumen di seluruh dunia. Perusahaan global harus mempertimbangkan bagaimana perubahan preferensi ini memengaruhi strategi produk dan layanan mereka. Berdasarkan riset dari Levitt (2016), konsumen di era globalisasi menunjukkan preferensi yang semakin homogen, namun terdapat pula segmentasi pasar yang spesifik dan unik di beberapa negara. Oleh karena itu, bisnis harus membuat strategi diferensiasi produk yang dapat diterima di seluruh dunia sambil mempertimbangkan adaptasi lokal di pasar tertentu.

d) Peran Kebijakan dan Regulasi Internasional

Strategi global dibentuk sebagian besar oleh kebijakan internasional. Di era globalisasi, peraturan tentang perdagangan bebas, hak kekayaan intelektual, dan lingkungan semakin penting. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rugman dan Verbeke (2017), bisnis yang mengabaikan peraturan internasional atau menggunakan pendekatan yang kurang responsif terhadap regulasi cenderung menghadapi risiko lebih besar dan menurunkan kinerja. Perusahaan multinasional harus mempertimbangkan semua regulasi antar negara untuk memastikan bahwa operasi mereka sesuai dengan kebijakan internasional.

e) Kompetisi yang Semakin Ketat

Persaingan tidak hanya terjadi di antara perusahaan lokal tetapi juga di antara perusahaan dari berbagai negara dengan terbukanya pasar global. Menurut Porter (2019), persaingan global mendorong perusahaan untuk terus mengembangkan dan merevisi strategi mereka untuk mempertahankan posisi mereka di pasar. Untuk mengoptimalkan strategi kompetitif mereka, perusahaan harus tahu apa yang bagus, apa yang buruk, peluang, dan ancaman di setiap pasar.

b. **Strategi Kunci dalam Menghadapi Era Globalisasi**

- **Strategi Diversifikasi dan Ekspansi Pasar**

Salah satu strategi utama dalam menghadapi globalisasi adalah melakukan diversifikasi dan ekspansi ke pasar internasional. Diversifikasi memungkinkan perusahaan mengurangi risiko yang berkaitan dengan ketergantungan pada satu pasar atau produk tertentu. Hitt et al. (2017) menunjukkan bahwa diversifikasi internasional membantu bisnis mengurangi risiko dengan memanfaatkan potensi pertumbuhan di berbagai tempat dengan perbedaan ekonomi dan sosial.

- **Aliansi Strategis dan Kemitraan Global**

Perusahaan semakin sering bekerja sama dengan perusahaan lain dalam bentuk aliansi strategis untuk memperluas atau memasuki pasar baru. Perusahaan dapat berbagi sumber daya, pengetahuan, dan risiko melalui kolaborasi global (Dyer, Kale, dan Singh, 2018). Aliansi strategis, yaitu kolaborasi antar organisasi yang menghasilkan sinergi, meningkatkan daya saing perusahaan.

- **Adaptasi dan Standarisasi Produk**

Perusahaan global sering kali menghadapi dilema antara adaptasi produk sesuai dengan kebutuhan pasar lokal atau menggunakan strategi standarisasi untuk mencapai efisiensi. Berdasarkan Levitt (2016), perusahaan yang mampu menyeimbangkan antara adaptasi dan standarisasi cenderung lebih berhasil dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Standarisasi produk memungkinkan perusahaan menghemat biaya produksi dan pemasaran, sementara adaptasi memungkinkan perusahaan untuk lebih relevan bagi pasar lokal.

- **Inovasi Berkelanjutan**

Dalam era globalisasi yang penuh dengan persaingan, inovasi sangat penting untuk strategi global yang berhasil. Teece (2018) menekankan bahwa perusahaan yang terus berinovasi memiliki peluang lebih besar untuk menciptakan nilai baru bagi konsumen global. Inovasi tidak hanya mencakup produk dan layanan, tetapi juga melibatkan proses dan model bisnis.

Manajemen strategi merupakan proses yang kompleks dan penuh tantangan, terutama di tengah dinamika industri yang selalu berubah. Selain menghadapi perubahan pasar, perusahaan perlu mempertimbangkan dan mengelola berbagai risiko yang terkait dengan implementasi strategi.

Risiko dalam manajemen strategi

Beragam aspek, mulai dari faktor ekonomi, politik, teknologi, hingga sosial budaya yang dapat memengaruhi keberhasilan atau kegagalan implementasi strategi perusahaan (Suwanda, 2019).

- **Risiko Eksternal dalam Manajemen Strategi**

Risiko yang signifikan yang dapat memengaruhi keberhasilan rencana bisnis termasuk perubahan regulasi, ketidakstabilan ekonomi, dan fluktuasi pasar global. Menurut Suwanda (2019), ketidakpastian lingkungan eksternal menuntut perusahaan untuk menjadi adaptif dan mampu mengantisipasi perubahan secara cepat. Dalam situasi seperti ini, risiko ekonomi seperti resesi atau inflasi dapat menghalangi investasi dan mempengaruhi daya beli konsumen, sehingga mengurangi pendapatan bisnis. Demikian pula, perubahan kebijakan pemerintah,

pajak, dan peraturan perdagangan internasional dapat berdampak langsung pada operasi bisnis. Untuk menjaga stabilitas di pasar yang berbeda, perusahaan multinasional harus menggunakan strategi yang fleksibel untuk menghadapi ancaman politik ini (Lessard & Lucea, 2021).

- **Risiko Kompetitif**

Bisnis menghadapi risiko kompetitif yang besar karena persaingan yang semakin ketat di pasar global. Untuk tetap unggul, perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, menurut Suwanda (2019). Namun, keunggulan ini dapat dikurangi dengan inovasi dan taktik pesaing yang agresif. Perusahaan berisiko kehilangan pangsa pasar jika mereka tidak dapat mengatasi perubahan kompetitif. Untuk itu, bisnis harus terus melakukan analisis pasar dan mengubah strategi mereka untuk tetap relevan dan kompetitif (Barney & Hesterly, 2019).

- **Risiko Teknologi**

Kemajuan teknologi juga membawa risiko tersendiri bagi perusahaan yang mengimplementasikan manajemen strategi. Teknologi yang berkembang cepat dapat membuat produk atau layanan yang sebelumnya relevan menjadi usang dalam waktu singkat. Menurut Suwanda (2019), perusahaan harus siap beradaptasi terhadap perubahan teknologi dan memanfaatkan teknologi digital, big data, serta kecerdasan buatan (AI) untuk mendukung proses pengambilan keputusan dan meningkatkan efisiensi. Akan tetapi, perusahaan juga menghadapi risiko seperti biaya tinggi dalam investasi teknologi, kebutuhan pelatihan bagi karyawan, dan risiko keamanan data. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan manajemen risiko teknologi dalam perencanaan strateginya (Teece, 2018).

- **Risiko Operasional**

Ketidakefisienan internal, masalah rantai pasokan, dan masalah manajemen sumber daya adalah risiko operasional. Menurut Suwanda (2019), perusahaan harus memiliki sistem kontrol yang ketat untuk mengurangi risiko operasional. Misalnya, gangguan pada rantai pasokan dapat memperlambat produksi dan memperlambat pengiriman produk. Dalam situasi seperti ini, bisnis harus memastikan rantai pasokan mereka cukup fleksibel dan memiliki rencana alternatif untuk mengatasi kerusakan operasi.

Evaluasi Implementasi Manajemen Strategi di Industri Global.

Fokus ini mencakup pengkajian efektivitas strategi yang diimplementasikan oleh perusahaan global dalam merespons perubahan pasar dan persaingan internasional. Evaluasi implementasi strategi sangat penting dalam industri global yang dinamis untuk menilai seberapa efektif strategi itu dan bagaimana perusahaan dapat menyesuaikannya dengan perubahan pasar. Perusahaan yang mampu mengatasi masalah seperti perbedaan budaya dan peraturan lokal dapat menghasilkan hasil yang lebih baik jika mereka menggunakan pendekatan yang adaptif dan berorientasi pada data. Penelitian lebih lanjut diperlukan, terutama untuk mengembangkan alat evaluasi yang lebih komprehensif untuk mengidentifikasi berbagai komponen yang memengaruhi keberhasilan strategi di pasar global.

KESIMPULAN

Implementasi manajemen strategi di industri global merupakan proses yang kompleks dan memerlukan pendekatan yang terencana dan adaptif. Seringkali, pelaksanaan strategi terhambat oleh berbagai masalah, termasuk manajemen yang tidak terlibat, komunikasi yang buruk, budaya organisasi yang tidak mendukung, sumber daya yang terbatas, dan perubahan yang terjadi dari luar. Perusahaan harus beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar global, kemajuan

teknologi, dan perubahan preferensi konsumen di era globalisasi.

Kesuksesan penerapan manajemen strategi sangat bergantung pada kemampuan organisasi untuk mengatasi masalah ini. Proses ini mencakup dukungan penuh dari manajemen, komunikasi yang jelas, budaya organisasi yang selaras dengan tujuan strategis, pengelolaan sumber daya yang efektif, dan pemantauan kinerja yang berkelanjutan. Perusahaan dapat mempertahankan keunggulan yang berkelanjutan dalam persaingan global dengan menemukan dan mengatasi tantangan tersebut. Teknologi juga memegang peran penting sebagai faktor pendorong, memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi lebih cepat dan merespons perubahan pasar dengan lebih akurat. Penggunaan teknologi digital, seperti kecerdasan buatan, big data, dan otomatisasi, dapat meningkatkan efisiensi operasional serta memperkuat analisis data untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat dan strategis.

Perusahaan dapat memperkuat posisi mereka dalam menghadapi persaingan global dan mempertahankan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan menemukan dan menangani tantangan tersebut serta mengintegrasikan teknologi secara optimal.

Saran

Berdasarkan temuan tinjauan literatur tentang penerapan manajemen strategi di industri global, ada beberapa saran yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk Implementasi Manajemen Strategi di Industri Global :

1. Integrasi Teknologi Digital dalam Strategi Bisnis
Perusahaan perlu mengintegrasikan teknologi digital, seperti *big data*, kecerdasan buatan (*AI*), dan *machine learning*, ke dalam strategi bisnis mereka untuk memahami tren pasar secara real-time dan mengambil keputusan yang cepat dan tepat (Zhou et al., 2022). Mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi bisnis memungkinkan pengelolaan data yang lebih akurat dan membantu organisasi menyesuaikan diri dengan perubahan pasar yang cepat. Ini dapat dicapai melalui pendekatan yang fleksibel.
2. Pengembangan Sumber Daya Manusia dengan Fokus pada Keterampilan Global
Mengembangkan keterampilan dan kompetensi yang relevan dengan pasar global, seperti kemampuan antarbudaya dan keterampilan digital, sangat penting bagi sumber daya manusia (Chand & Katou, 2023). Untuk tetap bersaing di pasar global yang kompetitif, perusahaan harus meningkatkan kemampuan karyawan mereka untuk beradaptasi dan berinovasi melalui pelatihan rutin.
3. Pemantauan lanjutan dalam Implementasi Strategi
Penelitian terbaru menunjukkan bahwa perusahaan dengan strategi berkelanjutan cenderung memiliki kinerja finansial yang lebih baik dalam jangka panjang (Rodríguez-Antón et al., 2022). Untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan kepatuhan terhadap regulasi internasional, strategi harus mempertimbangkan keberlanjutan lingkungan dan sosial.
4. Analisis Risiko dengan Strategi Mitigasi Proaktif
Dalam menghadapi ketidakpastian global, perusahaan perlu membangun analisis risiko komprehensif yang berfokus pada faktor politik, ekonomi, dan teknologi (Johnson & Scholes, 2023). Memahami risiko secara lebih dalam akan membantu perusahaan mengelola ketidakpastian dan menjaga keberlanjutan operasional dalam situasi yang tidak stabil, serta mengurangi dampak dari risiko tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansoff, H. I., Kipley, D., Lewis, A., Helm-Stevens, R., & Ansoff, R. (2019). *Implanting Strategic Management*. Palgrave Macmillan.
- Barney, J. B. (1991). "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage." *Journal of Management*
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2019). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases*. 6th ed. Boston: Pearson.
- Bryson, J. M. (2018). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations: A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement*. Wiley.
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2020). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework*. Addison-Wesley.
- Cascio, W. F., & Montealegre, R. (2016). How Technology Is Changing Work and Organizations. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3, 349-375.
- Chand, M., & Katou, A. A. (2023). *Global Talent Management and Developing Cross-Cultural Competencies in the Workforce*. Journal of International Business Studies.
- Daft, R. L. (2017). *The Leadership Experience*. Cengage Learning.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*. Pearson.
- Dyer, J. H., Kale, P., & Singh, H. (2018). When to Ally and When to Acquire. *Harvard Business Review*, 95(4), 108-115.
- Grant, R. M. (2016). *Contemporary Strategy Analysis*. Wiley.
- Hill, C. W. L., Schilling, M. A., & Jones, G. R. (2017). *Strategic Management: Theory: An Integrated Approach*. 12th ed. Boston: Cengage Learning.
- Hill, C. W., Schilling, M. A., & Jones, G. R. (2019). *Strategic Management: Theory & Cases: An Integrated Approach*. Cengage Learning.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). *Strategic Management: Competitiveness & Globalization*. Cengage Learning.
- Hofstede, G. (2019). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Sage Publications.
- Johnson, G., & Scholes, K. (2023). *Exploring Corporate Strategy: Risk Management in Global Markets*. International Journal of Strategic Management.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2021). *Exploring Strategy: Text and Cases*. Pearson.
- Lessard, D. R. & Westney, D. E. (2021). Global Strategy and MNC Capabilities. MIT Sloan Research Paper (6429-20).
- Lessard, D. R., & Lucea, R. (2021). *Global Strategic Management*. Cengage Learning.
- Levitt, T. (2016). The Globalization of Markets. *Harvard Business Review*, 85(3), 1-10.
- Maznevski, M. L., & Chudoba, K. M. (2021). Bridging Virtual Distance in Multinational Teams. *International Journal of Human Resource Management*, 32(1), 1-10.
- Mintzberg, H. (2020). *The Rise and Fall of Strategic Planning*. Free Press.
- Peng, M. W., Wang, D., & Jiang, Y. (2022). *Adapting Strategy for Global Dynamics: A Framework for Flexibility*. Management International Review
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2020). *How Smart, Connected Products Are Transforming Companies*. Harvard Business Review Press.
- Pyzdek, T., & Keller, P. A. (2018). *The Six Sigma Handbook*. McGraw-Hill Education.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2020). *Management*. Pearson.
- Rodríguez-Antón, J. M., Rubio-Andrada, L., & Navarro, I. (2022). *Sustainability in Corporate*

- Strategy: The Impact on Financial Performance*. Sustainability, Rugman, A. M., & Verbeke, A. (2017). Global Corporate Strategy and Trade Policy. *Management International Review*, 37(1), 7-26.
- Suwanda, D. R. (2019). *Manajemen Strategi Industri*. Penerbit Universitas Terbuka.
- Teece, D. J. (2018). Profiting from Innovation in the Digital Economy: Enabling Technologies, Standards, and Licensing Models in the Wireless World. *Research Policy*, 47(8), 1367-1387.
- Verbeke, A. & Lee, I. H. (2021). *International Business Strategy: Rethinking the Foundations of Global Corporate Success*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Zhou, K. Z., Li, J. J., & Liu, H. (2022). *Digital Transformation and Strategic Flexibility: Empirical Evidence from Global Markets*. Journal of Business Research.