**Nama : Romdan Fahrrurozi**

**NPM : 2166041002**

**Kelas : Reg M**

**Mata Kuliah : Manajemen Strategis (UTS)**

**Kolaborasi Manajemen Strategis**

Dalam makalah ini memuat penjelasan mengenai pengertian manajemen strategis secara umum, pengertian kolaborasi manajemen strategis dan jenis kolaborasi manajemen strategis.

1. **Pengertian Manajemen Strategis**

Menurut Sihombing, (2000) pengertian harfiah pada manajemen strategis dapat kita ambil dari pengertiannya dalam bahasa Yunani yakni strategi yang berarti **stratogos** yang artinya ilmu para jendral untuk memenangkan suatu pertempuran dengan menggunakan sumber daya yang terbatas. Sedangkan menurut (Buchari Alma,2001) manajemen adalah suatu kegiatan yang didalamnya mengandung suatu usaha planning, organizing, staffing, coordinating dan controlling pekerjaan orang lain untuk mencapai suatu atau lebih tujuan.

Dapat kita simpulkan bahwa secara umum pengertian manajemen strategis adalah proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyuluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran didalam suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. (Sedjati, R. S. (2015)

Selain itu dalam mengatur suatu perusahaan, penting adanya diperlukan suatu kolaborasi. Kolaborasi manajemen yang dilakukan harus strategis dan menguntungkan untuk berbagai pihak. Kolaborasi dalam strategi manajemen adalah proses di mana berbagai departemen atau unit dalam sebuah organisasi bekerja bersama untuk merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi strategi perusahaan. Ini melibatkan berbagai tingkatan manajemen dan fungsi organisasi yang bekerja sama untuk mencapai tujuan strategis. Kolaborasi menejemen strategi penting karena memungkinkan organisasi untuk memanfaatkan pengetahuan dan sumber daya yang beragam untuk mencapai kesuksesan jangka panjang. Ini juga memungkinkan respons yang lebih cepat terhadap perubahan pasar dan lingkungan bisnis.

Dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis adalah suatu pendekatan untuk mengelola organisasi dengan berfokus pada pengambilan keputusan strategis yang mendukung pencapaian tujuan jangka panjang, sambil memanfaatkan kolaborasi di seluruh organisasi untuk mencapai kesuksesan.

1. **Kolaborasi Manajemen Strategis Sektor Ekonomi**

Manajemen strategis dapat mengacu pada aspek didalam berbagai institusi. Salah satu aspek dapat kita temukan pada sektor ekonomi. Dalam mengembangkan strategi manajemen pada aspek ekonomi sangat diperlukan adanya suatu kolaborasi.

Manajemen strategis yang jelas dipengaruhi oleh pemikiran ekonomi. Kesadaran Ilmu ekonomi mengkaji fungsi pasar dan mengalokasikan dan mengkoordinasikan sumber daya. Sedangkan manajemen strategis melibatkan koordinasi dan alokasi sumber daya di perusahaan. Perbedaan ini sangat penting dan menjelaskan Mengapa perekonomian belum siap menghadapinya? digunakan dalam penelitian strategi dan alasannya Strategi tersebut dapat dijelaskan secara ilmiah perekonomian semampu perekonomian menjelaskan strategi.

Pencapaian Efektivitas baik secara individu, kelompok maupun organisasi dalam sektor ekonomi adalah sangat kompleks dan krusial karena aspek keseluruhan organisasi yang mempengaruhinya baik bersifat makro seperti kondisi perekonomian nasional maupun global termasuk di dalamnya perangkat dan unsur-unsur manajemen internal perusahaan yang perlu dianalisis secara komprehensif ke dalam formulasi dan implementasi strategi dari pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholder). Pengukuran efektivitas dengan pendekatan pemangku kepentingan ternyata mampu menunjukkan keterkaitan dan keberkelanjutan dengan elemen-elemen lingkungan eksternal dan internal sebagai outcome pelaksana strategi.

Menurut (Fathurahman, H., & Nugroho, B. Y. 2010) Model ekonomi, secara alamiah, mengabstraksikan situasi kompleks yang dihadapi oleh individu dan perusahaan. Oleh karena itu aplikasi pemikiran ekonomi kepada situasi yang khusus seringkali membutuhkan kreativitas dan penanganan yang cermat. Di samping itu juga membutuhkan pengenalan hambatanhambatan yang membebani perusahaan oleh faktor-faktor kesalahan, sejarah, organisasi dan politik. Walaupun ekonomi secara keseluruhan menempatkan proses yang dibuat dan diubah ke dalam tindakan dan hasil, namun proses mengelola implementasi suatu keputusan strategi bersaing atau perubahan secara alamiah dari organisasi internal seringkali merupakan kerangka sukses perusahaan.

Masalah-masalah besar yang dihadapi oleh perusahaan, bagaimana memformulasikan dan mengimplementasikan suatu strategi yang sukses, bagaimana perusahaan mencurahkan perhatian untuk hal tersebut. Adapun masalah-masalah besar yang dihadapi perusahaan dalam memformulasikan dan mengimplementasikan strategy yaitu: (Besanko, et. al., 2004: 7)

1. Batasan perusahaan (boundaries of the firm). Apa yang perusahaan harus lakukan, seberapa besarkah perusahaan, bisnis apa yang harus perusahaan dijalankan?
2. Analisis pasar dan persaingan (market and competitive analysis). Bagaimanakah kondisi alamiah dari pasar di mana perusahaan bersaing dan bagaimana interaksi persaingan di antara perusahaan di pasar?
3. Posisi dan dinamika (position and dynamics). Bagaimana posisi perusahaan dalam persaingan, apa yang menjadi dasar dari keunggulan bersaing dan bagaimana penyesuaian strategi dari waktu ke waktu?
4. Organisasi internal (internal organization). Bagaimana perusahaan mengorganisasikan struktur dan sistem secara internal?

Kolaborasi dalam strategi manajemen sektor ekonomi adalah kunci keberhasilan dalam mengelola dan mengembangkan sektor ekonomi suatu negara atau wilayah. Beberapa aspek penting dalam kolaborasi strategi manajemen sektor ekonomi antara lain:

* **Keterlibatan Pemerintah**: Pemerintah perlu berperan dalam mengatur kebijakan dan regulasi yang mendukung pertumbuhan sektor ekonomi tertentu. Kolaborasi antara pemerintah dan pemangku kepentingan sektor ekonomi ini sangat penting.
* **Keterlibatan Swasta**: Swasta memiliki peran penting dalam menggerakkan sektor ekonomi. Kolaborasi dengan perusahaan dan asosiasi bisnis dapat membantu menciptakan lingkungan yang mendukung investasi dan pertumbuhan sektor.
* **Pendidikan dan Penelitian**: Kolaborasi antara universitas, lembaga pendidikan, dan industri dapat memajukan inovasi dan meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas untuk sektor ekonomi.
* **Pengembangan Infrastruktur**: Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta dalam pengembangan infrastruktur seperti transportasi, energi, dan informasi teknologi dapat meningkatkan daya saing sektor ekonomi.
* **Promosi dan Pemasaran**: Kolaborasi dalam promosi dan pemasaran produk atau layanan dari sektor ekonomi tertentu dapat membantu meningkatkan daya tarik di pasar global.

Dengan ini dapat disimpulkan bahwa kolaborasi yang kuat antara berbagai pemangku kepentingan, sektor ekonomi dapat tumbuh dan berkembang dengan lebih efektif, menciptakan peluang perekonomian dan kemajuan yang berkelanjutan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Fathurahman, H., & Nugroho, B. Y. (2010). Literatur Review Kolaborasi Manajemen Stratejik dengan Ilmu Ekonomi. *Jurnal Siasat Bisnis*, *14*(1).

Sihombing, U. (2000). *Pendidikan luar sekolah: manajemen strategi: konsep, kiat, dan pelaksanaan*. PD. Mahkota.

Novianto, E. (2019). Manajemen Strategis. Deepublish.

Sedjati, R. S. (2015). *Manajemen Strategis*. Deepublish.

Fauzi, T. H. (2017). Manajemen Strategik