

Evaluasi dan Pilihan Strategis

Maria Oktavia Naulibasa¹, Henny Suryani Sinaga², Sahat Martupa Siahaan³, Irma Shinta Uly Br Lumbangaol⁴, Rizki Christian Sipayung⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas HKBP Nommensen Medan

E-mail: maria.naulibasa@student.uhn.ac.id¹, henny.sinaga@student.uhn.ac.id²,
sahat.siahaan@student.uhn.ac.id³, irmalumban.gaol@student.uhn.ac.id⁴,
rizkichristian@gmail.com⁵

Article History:

Received: 25 Januari 2025

Revised: 10 Februari 2025

Accepted: 16 Februari 2025

Keywords: *Strategis, Evaluasi Strategis, Pilihan Strategis*

Abstract: *Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis, organisasi dituntut untuk melakukan evaluasi strategi secara berkala guna memastikan keberlanjutan dan keunggulan kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses evaluasi strategi yang diterapkan dalam suatu organisasi serta mengidentifikasi pilihan strategis yang paling efektif berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan bisnis. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur sebagai pendekatan utama dalam mengevaluasi dan memilih strategi yang relevan dalam konteks manajemen strategis. Studi literatur dilakukan dengan menelaah berbagai sumber akademik, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen terkait yang membahas teori, konsep, serta praktik dalam evaluasi dan pemilihan strategi. Evaluasi strategi melibatkan tiga elemen utama, yaitu kesesuaian strategi dengan tujuan organisasi, efisiensi dalam implementasi, dan dampak strategi terhadap kinerja organisasi. Pemilihan strategi dalam organisasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Pentingnya pendekatan berbasis data dalam proses evaluasi dan pemilihan strategi serta perlunya keterlibatan seluruh pemangku kepentingan dalam implementasi strategi agar hasil yang diperoleh lebih optimal.*

PENDAHULUAN

Strategi memiliki peran penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif jangka Panjang. Keputusan strategis, apa pun kondisinya, memberikan dampak besar dalam jangka panjang terhadap suatu Lembaga. Manajemen strategik mencakup tiga tahapan utama, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, dan penilaian strategi. Secara fundamental, manajemen strategik berfokus pada pengembangan bisnis atau organisasi. Keputusan dalam perencanaan strategik bersifat mengikat, yang menentukan keterkaitan perusahaan atau organisasi dengan aspek produk, pasar, sumber daya, serta teknologi dalam jangka waktu tertentu (Kautsar & Julaiha, 2023).

Pelaksanaan strategi mencakup pengembangan budaya organisasi yang mendukung strategi, pembentukan struktur organisasi yang efisien, penyesuaian kegiatan pemasaran, penyusunan

anggaran, pemanfaatan sistem informasi, serta pengelolaan kompensasi bagi tenaga pendidik dan karyawan guna meningkatkan kinerja lembaga pendidikan Islam, seperti madrasah. Tahap implementasi strategi sering disebut sebagai fase operasional dalam manajemen strategik.

Eksekusi strategi melibatkan mobilisasi tenaga pendidik, karyawan, dan kepala madrasah sebagai manajer untuk merealisasikan strategi yang telah dirancang dalam bentuk tindakan nyata (Solihin, 2012). Sementara itu, evaluasi strategi menjadi tahap akhir dalam manajemen strategik, yang bertujuan untuk menilai efektivitas dan dampak strategi yang telah diterapkan.

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis, organisasi dituntut untuk melakukan evaluasi strategi secara berkala guna memastikan keberlanjutan dan keunggulan kompetitif. Evaluasi strategi menjadi langkah krusial dalam mengidentifikasi efektivitas kebijakan yang telah diterapkan serta menemukan peluang untuk perbaikan. Tanpa evaluasi yang komprehensif, organisasi berisiko mengalami stagnasi atau bahkan penurunan kinerja akibat strategi yang tidak lagi relevan dengan perubahan pasar.

Pemilihan strategi yang tepat juga merupakan faktor penentu dalam pencapaian tujuan jangka panjang organisasi. Dengan mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal, manajemen dapat memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai keunggulan kompetitif. Pendekatan berbasis analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), Balanced Scorecard, dan model analisis lainnya sering digunakan dalam pengambilan keputusan strategis.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan globalisasi, perusahaan dituntut untuk semakin adaptif dalam menentukan strategi mereka. Disrupsi digital, perubahan regulasi, dan pergeseran preferensi konsumen menjadi tantangan yang harus diantisipasi dalam proses evaluasi dan pemilihan strategi. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk mengadopsi pendekatan berbasis data serta melakukan inovasi dalam pengelolaan sumber daya guna mencapai keunggulan yang berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses evaluasi strategi yang diterapkan dalam suatu organisasi serta mengidentifikasi pilihan strategis yang paling efektif berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan bisnis. Dengan pendekatan berbasis teori dan studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi dunia akademik serta menjadi referensi bagi praktisi dalam menyusun strategi bisnis yang lebih adaptif dan inovatif.

Dengan demikian, penelitian ini akan membahas secara mendalam berbagai metode evaluasi strategi, faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas keputusan strategis, serta rekomendasi pilihan strategi yang dapat diimplementasikan dalam berbagai konteks industri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur sebagai pendekatan utama dalam mengevaluasi dan memilih strategi yang relevan dalam konteks manajemen strategis. Studi literatur dilakukan dengan menelaah berbagai sumber akademik, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen terkait yang membahas teori, konsep, serta praktik dalam evaluasi dan pemilihan strategi.

Sumber literatur yang digunakan dipilih berdasarkan relevansi dan kredibilitasnya, terutama dari penelitian terdahulu yang membahas berbagai model evaluasi strategi dan proses pengambilan keputusan strategis. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu dengan mengkaji, membandingkan, dan mensintesis temuan dari berbagai literatur untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai evaluasi dan pilihan strategis.

Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi indikator utama dalam mengevaluasi strategi, faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan strategi, serta implikasi dari keputusan strategis terhadap organisasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat

memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan strategi yang lebih efektif di berbagai konteks organisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap akhir dalam proses manajemen strategi adalah evaluasi hasil. Evaluasi ini mencakup berbagai aktivitas yang dilakukan untuk menilai pencapaian kinerja yang diharapkan. Para manajer di setiap tingkat memanfaatkan informasi mengenai hasil kinerja sebagai dasar untuk melakukan perbaikan dan menyelesaikan permasalahan yang muncul.

Dalam manajemen, fungsi pengawasan bertujuan untuk memastikan bahwa setiap pelaksanaan strategi telah sesuai dengan rencana yang ditetapkan. Melalui strategi ini, manajer dapat mengidentifikasi berbagai hambatan yang terjadi selama proses implementasi strategi. Jika evaluasi dilakukan secara berkala, maka pelaksanaan strategi dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, evaluasi strategi juga berperan dalam mengurangi kesalahan serta permasalahan yang mungkin timbul dalam implementasi strategi yang telah dirumuskan (Purwaningsih et al., 2023).

Evaluasi strategi merupakan proses sistematis yang bertujuan untuk menilai efektivitas strategi yang telah diterapkan dalam suatu organisasi. Dalam kajian literatur ini, ditemukan bahwa evaluasi strategi melibatkan tiga elemen utama, yaitu kesesuaian strategi dengan tujuan organisasi, efisiensi dalam implementasi, dan dampak strategi terhadap kinerja organisasi. Menurut beberapa studi, evaluasi strategi dilakukan melalui berbagai metode, seperti analisis SWOT, Balanced Scorecard, dan Key Performance Indicators (KPI).

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu strategi, sehingga organisasi dapat menentukan apakah strategi yang diterapkan masih relevan atau perlu disesuaikan. Sementara itu, Balanced Scorecard membantu mengukur keberhasilan strategi dari berbagai perspektif, termasuk keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. KPI berperan dalam memantau pencapaian indikator spesifik yang telah ditetapkan sebelumnya sebagai ukuran keberhasilan strategi (Karo & Hamonangan, 2021).

Temuan dari berbagai literatur menunjukkan bahwa organisasi yang secara rutin melakukan evaluasi strategi memiliki tingkat adaptasi yang lebih baik terhadap perubahan lingkungan bisnis. Evaluasi yang berkelanjutan memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi kelemahan dalam implementasi strategi dan melakukan perbaikan sebelum dampaknya menjadi lebih luas.

Pemilihan strategi dalam organisasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi sumber daya yang dimiliki organisasi, kompetensi inti, serta budaya organisasi. Sumber daya yang kuat, seperti tenaga kerja yang berkualitas dan teknologi yang canggih, memungkinkan organisasi untuk memilih strategi pertumbuhan atau diferensiasi. Sebaliknya, keterbatasan sumber daya dapat mengarah pada strategi yang lebih konservatif, seperti strategi bertahan atau efisiensi biaya.

Di sisi lain, faktor eksternal yang mempengaruhi pemilihan strategi meliputi kondisi pasar, persaingan industri, regulasi pemerintah, serta tren ekonomi global. Misalnya, dalam lingkungan industri yang sangat kompetitif, organisasi cenderung memilih strategi inovasi atau diferensiasi untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Sementara itu, perubahan regulasi dapat memaksa organisasi untuk menyesuaikan strategi agar tetap mematuhi ketentuan yang berlaku.

Hasil kajian literatur juga menunjukkan bahwa organisasi yang memiliki sistem pemantauan lingkungan yang baik lebih mampu memilih strategi yang tepat. Penggunaan analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Legal) sering digunakan untuk memahami faktor eksternal yang dapat mempengaruhi strategi organisasi.

.....

Dalam studi ini, ditemukan beberapa model yang sering digunakan dalam proses pemilihan strategi, antara lain:

1. Model Porter's Generic Strategies: Model ini mengelompokkan strategi ke dalam tiga kategori utama, yaitu kepemimpinan biaya (cost leadership), diferensiasi, dan fokus. Organisasi yang ingin bersaing dalam pasar dengan biaya rendah dapat memilih strategi kepemimpinan biaya, sedangkan organisasi yang ingin menonjolkan keunikan produk atau layanan dapat memilih strategi diferensiasi (Maulana et al., 2019)
2. Model Ansoff's Matrix: Model ini membantu organisasi dalam menentukan pilihan strategi berdasarkan kombinasi produk dan pasar. Terdapat empat pilihan strategi utama, yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, dan diversifikasi (Imelda et al., 2022).
3. Balanced Scorecard Strategy Map: Model ini digunakan untuk menyelaraskan strategi dengan tujuan organisasi dalam berbagai aspek. Model ini menekankan keseimbangan antara perspektif keuangan, pelanggan, proses internal, dan pertumbuhan organisasi (Hoesaini, 2018).

Setiap model memiliki kelebihan dan keterbatasan, sehingga pemilihannya bergantung pada karakteristik organisasi dan kondisi lingkungan bisnis yang dihadapi.

Pemilihan strategi yang tepat memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan organisasi. Berdasarkan studi literatur yang dianalisis, strategi yang sesuai dengan visi dan misi organisasi dapat meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, serta kepuasan pelanggan. Sebaliknya, strategi yang kurang tepat dapat mengakibatkan inefisiensi, ketidakseimbangan alokasi sumber daya, dan penurunan kinerja organisasi.

Selain itu, pemilihan strategi yang berbasis data dan analisis mendalam lebih cenderung menghasilkan keputusan yang lebih akurat dibandingkan dengan strategi yang hanya berdasarkan intuisi atau pengalaman subjektif. Oleh karena itu, banyak organisasi mulai mengadopsi pendekatan berbasis data dalam pengambilan keputusan strategis, seperti penggunaan big data dan kecerdasan buatan (artificial intelligence) dalam analisis strategi.

Meskipun evaluasi dan pemilihan strategi merupakan langkah penting dalam manajemen strategis, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh organisasi. Salah satu tantangan utama adalah ketidakpastian lingkungan bisnis yang semakin tinggi, terutama akibat perubahan teknologi, pergeseran tren pasar, dan dinamika geopolitik.

Tantangan lainnya adalah resistensi internal dalam organisasi. Implementasi strategi baru sering kali menghadapi hambatan dari karyawan atau manajemen yang enggan melakukan perubahan. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi yang efektif dan keterlibatan seluruh pemangku kepentingan menjadi kunci dalam mengatasi tantangan ini.

Selain itu, keterbatasan data dan informasi juga menjadi kendala dalam evaluasi strategi. Organisasi yang tidak memiliki sistem informasi yang terintegrasi sering kali kesulitan dalam mengumpulkan data yang akurat untuk menilai efektivitas strategi yang telah diterapkan.

Sebagai solusi terhadap tantangan yang ada, beberapa studi menyarankan penerapan strategi adaptif yang memungkinkan organisasi untuk lebih fleksibel dalam merespons perubahan lingkungan bisnis. Strategi adaptif mengutamakan pembelajaran berkelanjutan, penggunaan teknologi digital dalam analisis strategi, serta keterlibatan seluruh elemen organisasi dalam proses evaluasi dan perumusan strategi.

Dengan mengadopsi strategi yang lebih fleksibel, organisasi dapat lebih cepat beradaptasi terhadap perubahan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempertahankan daya saing dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa evaluasi dan pemilihan strategi merupakan aspek krusial dalam manajemen strategis. Evaluasi strategi memungkinkan organisasi untuk menilai efektivitas strategi yang telah diterapkan, sedangkan pemilihan strategi yang tepat dapat meningkatkan daya saing dan kinerja organisasi.

Faktor internal dan eksternal memainkan peran penting dalam menentukan strategi yang sesuai, dengan berbagai model strategi yang dapat digunakan sebagai panduan dalam pengambilan keputusan. Meskipun terdapat berbagai tantangan dalam proses evaluasi dan pemilihan strategi, penerapan strategi adaptif dapat menjadi solusi untuk menghadapi ketidakpastian lingkungan bisnis.

Penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan berbasis data dalam proses evaluasi dan pemilihan strategi serta perlunya keterlibatan seluruh pemangku kepentingan dalam implementasi strategi agar hasil yang diperoleh lebih optimal.

DAFTAR REFERENSI

- Hoesaini, I. A. (2018). Perancangan Strategy Maps dan Balanced Scorecard pada PT Bahtera Abadi Gas Gresik. *Business and Finance Journal*, 3(2), 95–104.
<https://doi.org/10.33086/bfj.v3i2.636>
- Imelda, M., Hendriyani, C., & Ruslan, B. (2022). Analisis Strategi Branding Menggunakan Ansoff Matrik Dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru Universitas Katolik Parahyangan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 172–179.
<https://doi.org/10.55606/jimak.v1i1.259>
- Karo, P. K., & Hamonangan, S. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Restoran Menghadapi Masa Pandemi Covid 19 Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 396–408.
<https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14152>
- Kautsar, M., & Julaiha, S. (2023). Langkah-langkah Manajemen Strategik di Lembaga Pendidikan Islam. *Journal of Instructional and Development Researches*, 3(1), 24–28.
<https://doi.org/10.53621/jider.v3i1.203>
- Maulana, Y. S., Munawar, A. H., & Nurjanah, D. S. (2019). Analysis of Porter's Generic Strategies in Enhancing Competitiveness in Retail Industry (A Survey on Pajajaran Sindangkasih Minimarket, Ciamis). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 15(3), 175–184.
<https://doi.org/10.31940/jbk.v15i3.1472>
- Purwaningsih, P., Mawardi, I., & Usman, N. (2023). Manajemen Strategik Gerakan Sekolah Menyenangkan Dalam Mewujudkan Profil Pelajar Pancasila. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 12–27.
<https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v4i1.315>
-