



Manajemen Strategis Internasional

Pertemuan 9

Tantangan Manajemen Strategis Internasional

Produk atau jasa apa yang ingin dijual perusahaan?

Dimana dan bagaimana cara perusahaan membuat produk atau jasa tersebut?

Dimana dan bagaimana perusahaan akan menjual produk atau jasa?

Dimana dan bagaimana perusahaan akan memperoleh sumber daya yang dibutuhkan?

Bagaimana harapan perusahaan untuk mengungguli para pesaingnya

Sumber Keunggulan Kompetitif Internasional

Efisiensi
Global

Fleksibilitas
Multinasional

Pembelajaran
di seluruh
Dunia

Alternatif Strategis Internasional

Strategi
Replika Asal

Strategi
Multidomestik

Strategi
Global

Strategi
Transnasional

Komponen Strategi Internasional

Kompetensi
Pembeda
(Distinctive
competence)

Lingkup Operasi
(Scope of
Operation)

Penyebaran
Sumber Daya (Resources
Deployment)

Sinergi (Synergy)

Langkah Perumusan Strategi Internasional

MENGEMBANGKAN PERNYATAAN MISI

- Mendefinisikan nilai, tujuan dan arah perusahaan

MENENTUKAN TUJUAN STRATEGIS

- Memanfaatkan kekuatan perusahaan dan peluang lingkungan . Menetralkan ancaman eksternal dan mengatasi kelemahan perusahaan

MENGEMBANGKAN KERANGKA PENGENDALIAN

- Merumuskan system dan proses manajerial dan organisasi

MELAKUKAN ANALISA SWOT

- Menilai lingkungan eksternal dan internal perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman

MENGEMBANGKAN TUJUAN TAKTIS DAN RENCANA

- Merancang cara untuk meraih tujuan strategis dan menjadi pedoman bagi aktivitas sehari-hari perusahaan

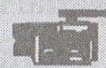
Tingkatan Strategi Internasional

STRATEGI PERUSAHAAN

Bisnis tunggal



Diversifikasi
berhubungan



Diversifikasi
tidak berhubungan



STRATEGI BISNIS

Diferensiasi

Kepemimpinan
biaya

Fokus

STRATEGI FUNGSIONAL

Keuangan

Pemasaran

Operasi

Manajemen
sumber daya
manusia

Riset
dan
pengembangan

Contoh Perusahaan Dengan Kompetitif Internasional



Microsoft

