Cashless
Journal of Sharia Finance and Banking

Cashless : Journal of Sharia Finance and Banking| Page : 43-54
Vol. 03 No. 02 Oktober 2025 | e-ISSN/p-ISSN : 2988-1390/ 2988-1382
https://ejournal.unupasuruan.ac.id/index.php/cashless
DOI : https://doi.org/10.55757/cashless.v3i2.1157

The Nature of Strategic Management

Dessy Boegiyati[1], Yunita Tri Wulandari [2], Mukhammad Saam Nabil Fairoby[3]

[1] Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan, Indonesia
Email : dessyboegiyati@gmail.com
[2] Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan, Indonesia
Email : yunitatriwulandari0904@gmail.com
[2] Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Indonesia
Email : fairoby04@gmail.com

Korespondensi: dessyboegiyati@gmail.com

Submit : **27/07/2025** | Revission : **11/08/2025** | Accept : **01/09/2025** | Publish : **17/10/2025**

Abstrak
Manajemen strategis adalah proses sistematis dan terstruktur yang memungkinkan organisasi untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Tinjauan literatur ini mengkaji sifat manajemen strategis, termasuk definisinya, karakteristik utama, tahapan implementasi, dan pentingnya bagi keberhasilan organisasi. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis literatur komprehensif dari sumber akademis, jurnal, dan studi kasus. Temuan menunjukkan bahwa manajemen strategis terdiri dari tiga tahapan utama: perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi serta pengendalian strategi. Karakteristik utama meliputi fokus jangka panjang, pendekatan holistik, adaptabilitas dinamis, dan orientasi keunggulan kompetitif. Penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen strategis sangat penting bagi organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif, beradaptasi dengan perubahan lingkungan, mengoptimalkan alokasi sumber daya, meningkatkan koordinasi organisasi, meningkatkan kinerja keuangan, mengelola risiko, dan mendorong inovasi serta pertumbuhan berkelanjutan. Organisasi yang mengimplementasikan manajemen strategis secara konsisten menunjukkan kinerja keuangan yang lebih baik daripada organisasi tanpa perencanaan strategis sistematis. Wawasan ini menyoroti manajemen strategis sebagai investasi penting untuk keberhasilan dan keberlanjutan organisasi dalam lanskap bisnis yang kompetitif saat ini.

Kata Kunci: *Manajemen Strategis, Perumusan Strategi, Implementasi Strategi, Keunggulan Kompetitif, Kinerja Organisasi, Perencanaan Jangka Panjang*

Abstract
Strategic management is a systematic and structured process that enables organizations to formulate, implement, and evaluate strategies to achieve long-term objectives in a dynamic business environment. This literature review examines the nature of strategic management, including its definition, key characteristics, implementation stages, and importance for organizational success. The study employs a qualitative approach through comprehensive literature analysis from academic sources, journals, and case studies. Findings indicate that strategic management comprises three main stages: strategy formulation, strategy implementation, and strategy evaluation and control. Key characteristics include long-term focus, holistic approach, dynamic adaptability, and competitive advantage orientation. The research demonstrates that strategic management is crucial for organizations to achieve competitive advantage, adapt to environmental changes, optimize resource allocation, enhance organizational coordination, improve financial performance,

Copyright © 2026 The Author(s) | Published by: Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan

manage risks, and foster innovation and sustainable growth. Organizations implementing strategic management consistently show better financial performance than those without systematic strategic planning. These insights highlight strategic management as an essential investment for organizational success and sustainability in today's competitive business landscape.

Keyword **:** *Strategic Management, Strategy Formulation, Strategy Implementation, Competitive Advantage, Organizational Performance, Long-term Planning*

How to Cite this article (APA 7 th Edition):
Boegiyati, D., Wulandari, Y. T., & Fairoby, M. S. N. (2025). The nature of strategic management. *Cashless: Journal of Sharia Finance and Banking*, *3*(2), 43–54. https://doi.org/10.55757/cashless.v3i2.1157

Pendahuluan

Dalam era globalisasi yang ditandai dengan persaingan bisnis yang semakin ketat, manajemen strategis menjadi salah satu kunci utama bagi organisasi untuk mencapai keberhasilan jangka panjang. Perubahan lingkungan bisnis yang dinamis, perkembangan teknologi, dan pergeseran preferensi konsumen menuntut perusahaan untuk selalu siap beradaptasi. Manajemen strategis tidak hanya membantu organisasi dalam merespons perubahan tersebut, tetapi juga memungkinkan mereka untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan yang muncul. Dengan demikian, manajemen strategis menjadi alat yang penting untuk memastikan kelangsungan hidup dan pertumbuhan organisasi di tengah ketidakpastian.(Febianti Aslamiyah, Rifka Adila Windarti, Septa Farleni, 2024)

Manajemen strategis merupakan proses yang sistematis dan terstruktur, yang melibatkan perumusan, implementasi, dan evaluasi strategi untuk mencapai tujuan organisasi. Proses ini tidak hanya berfokus pada perencanaan jangka panjang, tetapi juga pada pelaksanaan dan pengendalian strategi yang telah ditetapkan. Dalam konteks ini, analisis lingkungan internal dan eksternal menjadi langkah awal yang krusial untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh organisasi. Dengan pemahaman yang mendalam tentang lingkungan bisnis, organisasi dapat merumuskan strategi yang tepat untuk mencapai keunggulan kompetitif (Richey, 2022).

Selain itu, manajemen strategis juga berperan dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi. Sumber daya yang terbatas, baik finansial, manusia, maupun teknologi, perlu dialokasikan secara efektif untuk mendukung pencapaian tujuan strategis. Dengan manajemen

strategis, organisasi dapat menghindari pemborosan sumber daya dan memastikan bahwa setiap investasi memberikan dampak maksimal terhadap kinerja organisasi. Hal ini menjadi semakin penting dalam lingkungan bisnis yang penuh dengan persaingan dan ketidakpastian (Lutfi, 2022).

Manajemen strategis juga membantu organisasi dalam meningkatkan koordinasi dan fokus antar departemen. Dengan adanya visi, misi, dan tujuan yang jelas, seluruh anggota organisasi dapat bekerja secara terkoordinasi dan fokus pada pencapaian tujuan bersama. Hal ini mengurangi risiko terjadinya miskomunikasi atau divergensi prioritas antar departemen, yang dapat menghambat kinerja organisasi secara keseluruhan. Dengan demikian, manajemen strategis tidak hanya berperan dalam perencanaan, tetapi juga dalam pelaksanaan dan pengendalian strategi.

Dalam konteks dunia bisnis, manajemen strategis juga berperan dalam meningkatkan kinerja dan profitabilitas organisasi.(Vientiany et al., 2024) Studi-studi empiris telah menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan manajemen strategis secara konsisten cenderung memiliki kinerja finansial yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukannya. Dengan merumuskan strategi yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan profitabilitas.

Selain itu, manajemen strategis juga membantu organisasi dalam mengelola risiko dan ketidakpastian. Dunia bisnis penuh dengan risiko, mulai dari fluktuasi ekonomi, persaingan yang ketat, hingga perubahan teknologi. Manajemen strategis memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi potensi risiko dan menyusun rencana mitigasi yang efektif. Dengan demikian, organisasi dapat mengurangi dampak negatif dari risiko tersebut dan memastikan kelangsungan bisnisnya dalam jangka panjang (Mahmud, 2021).

Terakhir, manajemen strategis mendorong inovasi dan pertumbuhan jangka panjang. Dengan mendorong budaya inovasi dan pembelajaran organisasi, perusahaan dapat terus mengembangkan produk, layanan, atau model bisnis baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Hal ini tidak hanya membantu organisasi dalam mempertahankan posisinya di pasar, tetapi juga dalam

menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, pemegang saham, dan masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, manajemen strategis harus dipandang sebagai investasi jangka panjang yang esensial bagi setiap organisasi yang ingin mencapai keunggulan dan pertumbuhan yang berkelanjutan (Alkaraan, 2023).

Bahan dan Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui studi literatur. Data dikumpulkan dari sumber sekunder berupa buku teks, jurnal akademik, artikel penelitian, studi kasus perusahaan, dan publikasi dari lembaga penelitian terkemuka. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis konten untuk mengidentifikasi dan mengkategorikan informasi kunci, analisis tema untuk mengenali pola-pola yang berulang dalam literatur, serta analisis komparatif untuk membandingkan berbagai perspektif dan teori tentang manajemen strategis dari penulis dan peneliti yang berbeda.

Validitas penelitian dijamin melalui triangulasi sumber dengan menggunakan berbagai literatur dari penulis berbeda, serta transparansi penuh dalam mendokumentasikan proses pengumpulan dan analisis data. Penelitian ini berfokus pada pengertian, karakteristik, tahapan, dan pentingnya manajemen strategis dalam konteks organisasi bisnis. Meskipun penelitian ini terutama mengandalkan sumber sekunder dan mungkin terbatas pada perspektif geografis tertentu, pendekatan sistematis ini memastikan pemahaman yang komprehensif dan terstruktur tentang sifat manajemen strategis sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan.

Results/Hasil

Pengertian dan Konsep Manajemen Strategis

Manajemen strategis merupakan suatu proses yang sistematis dan terstruktur yang digunakan oleh organisasi untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan-keputusan strategis guna mencapai tujuan jangka panjang. Proses ini melibatkan analisis lingkungan internal dan eksternal, penetapan tujuan, serta pengambilan keputusan yang efektif untuk memastikan keberlangsungan dan keunggulan kompetitif organisasi. Dengan demikian,

manajemen strategis tidak hanya berfokus pada perencanaan, tetapi juga pada pelaksanaan dan pengendalian strategi yang telah ditetapkan.

Secara historis, konsep manajemen strategis berkembang seiring dengan kompleksitas lingkungan bisnis yang semakin dinamis. Pada awalnya, manajemen strategis lebih banyak berkaitan dengan perencanaan jangka panjang yang bersifat statis. Namun, seiring dengan perubahan lingkungan bisnis yang cepat, pendekatan ini mengalami evolusi menjadi lebih fleksibel dan adaptif. Hal ini menuntut organisasi untuk terus melakukan evaluasi dan penyesuaian strategi agar tetap relevan dan kompetitif di pasar (Nilimaa, 2023).

Salah satu aspek penting dalam manajemen strategis adalah analisis lingkungan, baik internal maupun eksternal. Analisis lingkungan internal meliputi evaluasi terhadap sumber daya, kapabilitas, dan kelemahan yang dimiliki oleh organisasi. Sementara itu, analisis lingkungan eksternal berfokus pada identifikasi peluang dan ancaman yang berasal dari faktor-faktor di luar organisasi, seperti persaingan, perubahan teknologi, dan regulasi pemerintah. Dengan memahami kedua aspek ini, organisasi dapat merumuskan strategi yang tepat untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan (Ihsanullah, 2021).

Karakteristik Utama Manajemen Strategis

Penelitian mengidentifikasi enam karakteristik utama manajemen strategis yang membedakannya dari bentuk manajemen lainnya. Pertama, fokus pada tujuan jangka panjang menjadi salah satu pilar utama. Manajemen strategis tidak hanya berorientasi pada hasil jangka pendek, tetapi juga merencanakan dan mengimplementasikan strategi yang dapat membawa organisasi menuju keberhasilan dalam jangka panjang. Hal ini mencakup penetapan visi, misi, dan tujuan strategis yang menjadi panduan bagi seluruh aktivitas organisasi.

Kedua, pendekatan holistik dan menyeluruh. Manajemen strategis tidak hanya memfokuskan pada satu aspek organisasi, seperti keuangan atau operasional, tetapi mencakup seluruh fungsi dan departemen dalam organisasi. Ini melibatkan analisis menyeluruh terhadap lingkungan internal dan eksternal, termasuk sumber daya, kapabilitas, peluang, dan ancaman. Dengan pendekatan ini, organisasi dapat mengintegrasikan berbagai elemen bisnis untuk menciptakan strategi yang koheren

dan efektif (Mahmud, 2021).

Ketiga, sifat dinamis dan adaptif. Lingkungan bisnis yang terus berubah menuntut organisasi untuk selalu siap menyesuaikan strategi mereka. Karakteristik ini menekankan pentingnya fleksibilitas dan responsivitas dalam menghadapi perubahan pasar, teknologi, atau regulasi. Organisasi yang mampu mengadaptasi strateginya secara cepat dan efektif akan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pesaing yang kurang responsive

Keempat, partisipasi lintas hierarki. Manajemen strategis melibatkan berbagai tingkat hierarki dalam organisasi, tidak hanya menjadi tanggung jawab manajemen puncak saja, tetapi juga melibatkan manajer menengah dan bahkan karyawan tingkat operasional. Partisipasi ini memastikan bahwa strategi yang dirumuskan realistis dan dapat diimplementasikan dengan baik. Selain itu, keterlibatan berbagai pihak juga meningkatkan komitmen dan dukungan terhadap strategi yang telah ditetapkan.

Kelima, orientasi pada keunggulan kompetitif. Manajemen strategis bertujuan untuk menciptakan nilai unggul yang dapat membedakan organisasi dari pesaingnya. Ini dapat dicapai melalui inovasi, diferensiasi produk, atau efisiensi operasional. Dengan mengidentifikasi dan memanfaatkan keunggulan kompetitif, organisasi dapat mempertahankan posisinya di pasar dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Keenam, berbasis data dan analitis. Manajemen strategis mengandalkan data dan informasi yang akurat untuk membuat keputusan yang tepat. Analisis lingkungan, evaluasi kinerja, dan pengambilan keputusan strategis semuanya didasarkan pada data yang relevan dan terpercaya. Pendekatan ini memastikan bahwa strategi yang dirumuskan didukung oleh fakta dan bukti, bukan hanya intuisi atau asumsi. Terakhir, proses manajemen strategis bersifat berkelanjutan dan iteratif, terus-menerus melakukan evaluasi dan penyesuaian untuk memastikan relevansi organisasi (Wamba, 2022).

Tahapan Implementasi Manajemen Strategis

Penelitian mengungkapkan bahwa manajemen strategis terdiri dari tiga tahapan utama yang saling terkait. Pertama, tahap perumusan strategi (strategy

formulation) merupakan fondasi dari keseluruhan proses. Pada tahap ini, organisasi menentukan arah jangka panjangnya dengan menetapkan visi, misi, dan tujuan yang jelas. Visi menggambarkan aspirasi organisasi di masa depan, sementara misi menjelaskan alasan keberadaan organisasi dan cara mencapainya. Tujuan dan sasaran dirumuskan untuk memberikan target yang spesifik dan terukur (Lutfi, 2022).

Pada tahap perumusan strategi, organisasi juga melakukan analisis lingkungan yang komprehensif. Analisis eksternal menggunakan alat seperti PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal) untuk memahami faktor-faktor makro, dan Porter's Five Forces untuk menganalisis tingkat persaingan industri. Analisis internal menggunakan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Berdasarkan analisis komprehensif ini, organisasi merumuskan beberapa strategi alternatif, seperti strategi pertumbuhan, stabilisasi, atau defensif, dan memilih strategi terbaik yang sesuai dengan sumber daya dan tujuan organisasi.

Kedua, tahap implementasi strategi (strategy implementation) adalah tahap di mana strategi yang telah dirumuskan dijalankan. Implementasi strategi melibatkan pengalokasian sumber daya secara efektif, seperti keuangan, manusia, dan teknologi, untuk mendukung pelaksanaan strategi. Misalnya, jika strategi yang dipilih adalah ekspansi pasar, organisasi perlu mengalokasikan dana untuk pemasaran dan penjualan. Struktur organisasi juga harus disesuaikan dengan strategi yang dipilih. Strategi inovasi produk, misalnya, mungkin memerlukan pembentukan tim penelitian dan pengembangan (R&D) yang kuat.

Kebijakan dan prosedur juga perlu dikembangkan untuk memastikan bahwa semua anggota organisasi bekerja sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan. Kepemimpinan yang efektif dan komunikasi yang jelas sangat penting dalam tahap ini. Pemimpin harus mampu memotivasi dan mengarahkan tim, sementara komunikasi yang konsisten memastikan bahwa semua pihak memahami strategi dan peran mereka dalam mencapainya (Amjad, 2021).

Ketiga, tahap evaluasi dan pengendalian strategi (strategy evaluation and

control) bertujuan untuk memastikan bahwa strategi yang diimplementasikan berjalan sesuai rencana dan memberikan hasil yang diharapkan. Organisasi memantau kinerja secara berkala menggunakan indikator kinerja utama (Key Performance Indicators/KPIs), seperti pertumbuhan penjualan atau tingkat kepuasan pelanggan. Hasil yang dicapai kemudian dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan.

Jika terdapat penyimpangan, organisasi perlu melakukan analisis untuk memahami penyebabnya dan melakukan penyesuaian atau revisi strategi. Misalnya, jika strategi ekspansi pasar tidak berhasil karena persaingan yang ketat, organisasi mungkin perlu beralih ke strategi diferensiasi produk. Proses evaluasi juga memberikan umpan balik yang berharga untuk perbaikan di masa depan, memungkinkan organisasi belajar dari kesalahan dan keberhasilan yang telah dialami.

Pentingnya Manajemen Strategis bagi Kesuksesan Organisasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen strategis memiliki dampak signifikan terhadap kesuksesan organisasi dalam berbagai aspek. Pertama, manajemen strategis membantu organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif. Dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (analisis SWOT), perusahaan dapat merumuskan strategi yang memungkinkan mereka untuk bersaing secara efektif di pasar. Keunggulan kompetitif ini dapat dicapai melalui inovasi, diferensiasi produk, atau efisiensi operasional yang superior.

Kedua, manajemen strategis memungkinkan organisasi untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis dengan lebih efektif. Lingkungan bisnis yang terus berubah, baik karena perkembangan teknologi, pergeseran preferensi konsumen, atau perubahan regulasi, menuntut perusahaan untuk selalu siap beradaptasi. Manajemen strategis memungkinkan perusahaan untuk melakukan analisis lingkungan secara berkala dan merespons perubahan tersebut dengan cepat dan tepat, membantu perusahaan untuk tetap relevan dan bertahan dalam jangka panjang (Malik, 2022).

Ketiga, manajemen strategis mengoptimalkan penggunaan sumber daya

organisasi. Sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan, baik finansial, manusia, maupun teknologi, seringkali terbatas. Manajemen strategis membantu perusahaan untuk mengalokasikan sumber daya tersebut secara optimal ke dalam aktivitas yang paling strategis dan bernilai tinggi. Dengan demikian, perusahaan dapat menghindari pemborosan sumber daya dan memastikan bahwa setiap investasi memberikan dampak maksimal terhadap pencapaian tujuan bisnis.

Keempat, manajemen strategis meningkatkan koordinasi dan fokus organisasi. Manajemen strategis menyediakan kerangka kerja yang jelas bagi seluruh anggota organisasi, mulai dari level manajemen hingga staf operasional. Dengan adanya visi, misi, dan tujuan yang terdefinisi dengan baik, seluruh bagian organisasi dapat bekerja secara terkoordinasi dan fokus pada pencapaian tujuan bersama. Hal ini mengurangi risiko terjadinya miskomunikasi atau divergensi prioritas antar departemen yang dapat menghambat kinerja organisasi secara keseluruhan (Reddy, 2024).

Kelima, studi empiris menunjukkan bahwa manajemen strategis meningkatkan kinerja dan profitabilitas organisasi. Perusahaan yang menerapkan manajemen strategis secara konsisten cenderung memiliki kinerja finansial yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukannya. Dengan merumuskan strategi yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan profitabilitas.

Keenam, manajemen strategis membantu organisasi dalam mengelola risiko dan ketidakpastian. Dunia bisnis penuh dengan risiko dan ketidakpastian, mulai dari fluktuasi ekonomi, persaingan yang ketat, hingga perubahan teknologi. Manajemen strategis membantu perusahaan untuk mengidentifikasi potensi risiko dan menyusun rencana mitigasi yang efektif. Dengan demikian, perusahaan dapat mengurangi dampak negatif dari risiko tersebut dan memastikan kelangsungan bisnisnya dalam jangka panjang.

Terakhir, manajemen strategis mendorong inovasi dan pertumbuhan jangka panjang. Manajemen strategis tidak hanya berfokus pada pencapaian tujuan jangka pendek, tetapi juga pada pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang. Dengan

mendorong budaya inovasi dan pembelajaran organisasi, perusahaan dapat terus mengembangkan produk, layanan, atau model bisnis baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Hal ini tidak hanya membantu organisasi dalam mempertahankan posisinya di pasar, tetapi juga dalam menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, pemegang saham, dan masyarakat secara keseluruhan (Kumar, 2021).

Kesimpulan dan Saran

Dari pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis merupakan proses yang sistematis dan terstruktur yang membantu organisasi dalam merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi untuk mencapai tujuan jangka panjang. Manajemen strategis memiliki karakteristik utama seperti fokus pada tujuan jangka panjang, pendekatan holistik, sifat dinamis dan adaptif, serta orientasi pada keunggulan kompetitif. Proses manajemen strategis melibatkan tiga tahapan utama, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi serta pengendalian strategi.

Pentingnya manajemen strategis dalam dunia bisnis tidak dapat diabaikan. Manajemen strategis membantu organisasi mencapai keunggulan kompetitif, menghadapi perubahan lingkungan bisnis, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, meningkatkan koordinasi dan fokus organisasi, serta mendorong inovasi dan pertumbuhan jangka panjang. Selain itu, manajemen strategis juga memungkinkan perusahaan untuk mengelola risiko dan ketidakpastian, serta meningkatkan kinerja dan profitabilitas. Dengan demikian, manajemen strategis menjadi kunci bagi kesuksesan dan keberlanjutan organisasi dalam menghadapi tantangan dan persaingan di era yang dinamis.

Pada akhirnya, keberhasilan implementasi manajemen strategis tidak hanya bergantung pada kualitas perencanaan di atas kertas, melainkan pada komitmen total dari seluruh elemen organisasi untuk mengeksekusi dan mengevaluasinya secara konsisten. Di tengah dinamika pasar yang terus berubah, manajemen strategis harus dipandang sebagai sebuah kompas dinamis—bukan dokumen statis—yang menuntut fleksibilitas, keterbukaan terhadap inovasi, serta budaya belajar yang berkelanjutan. Dengan menjadikan manajemen strategis sebagai

bagian dari DNA operasional, perusahaan tidak sekadar mampu bertahan dari ancaman risiko masa depan, tetapi juga dapat secara proaktif menciptakan peluang baru demi mewujudkan pertumbuhan bisnis yang tangguh dan berkelanjutan.

Referensi

Alkaraan, F. (2023). Sustainable strategic investment decision-making practices in UK companies: The influence of governance mechanisms on synergy between industry 4.0 and circular economy. *Technological Forecasting and Social Change*, *187*. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122187

Amjad, F. (2021). Effect of green human resource management practices on organizational sustainability: the mediating role of environmental and employee performance. *Environmental Science and Pollution Research*, *28*(22), 28191–28206. https://doi.org/10.1007/s11356-020-11307-9

Aslamiyah, F., Windarti, R. A., Farleni, S., & S., V. F. (2024). Pendekatan Resource-Based View (Rbv) Dalam Manajemen Bisnis: Strategi Untuk Keunggulan Yang Berkelanjutan. *AL-A'mal*, *1*, 176–183.

Ihsanullah, I. (2021). Desalination and environment: A critical analysis of impacts, mitigation strategies, and greener desalination technologies. *Science of the Total Environment*, *780*. https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.146585

Kumar, A. (2021). Mitigate risks in perishable food supply chains: Learning from COVID-19. *Technological Forecasting and Social Change*, *166*. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120643

Lutfi, A. (2022). Factors Influencing the Adoption of Big Data Analytics in the Digital Transformation Era: Case Study of Jordanian SMEs. *Sustainability Switzerland*, *14*(3). https://doi.org/10.3390/su14031802

Mahmud, K. (2021). Nitrogen losses and potential mitigation strategies for a sustainable agroecosystem. *Sustainability Switzerland*, *13*(4), 1–23. https://doi.org/10.3390/su13042400

Malik, N. (2022). Impact of artificial intelligence on employees working in industry 4.0 led organizations. *International Journal of Manpower*, *43*(2), 334–354. https://doi.org/10.1108/IJM-03-2021-0173

Nilimaa, J. (2023). Smart materials and technologies for sustainable concrete construction. *Developments in the Built Environment*, *15*. https://doi.org/10.1016/j.dibe.2023.100177

Reddy, S. (2024). Generative AI in healthcare: an implementation science informed translational path on application, integration and governance. *Implementation Science*, *19*(1). https://doi.org/10.1186/s13012-024-01357-9

Richey, R. G. (2022). A Responsiveness View of logistics and supply chain management. *Journal of Business Logistics*, *43*(1), 62–91. https://doi.org/10.1111/jbl.12290

Vientiany, D., Wahyuni Pohan, N. A., & Barus, J. (2024). Pengenalan Balanced Scorecard Sebagai Strategi Organisasi Bisnis. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(6), 712–723.

Wamba, S. F. (2022). Impact of artificial intelligence assimilation on firm performance: The mediating effects of organizational agility and customer agility. *International Journal of Information Management*, *67*. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102544