

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah ialah seruan, ajakan untuk menuju nilai baik atau upaya dalam merubah situasi untuk memperbaiki keadaan dan kondisi yang tentunya lebih baik dari sebelumnya. Serta demikian, dalam berdakwah memiliki ide yang dinamis, sesuatu yang berkembang, didalam praktiknya dakwah adalah suatu kegiatan yang mengubah nilai keagamaan yang memiliki makna signifikan serta secara langsung mempengaruhi persepsi masyarakat mengenai kehidupan beragama.⁸ Menurut Asmuni Syukir dakwah bisa memiliki artian dari dua sudut pandang yaitu konsep pengertian dakwah yang memiliki sifat melatih serta mengerti konsep dakwah yang berbentuk pengembangan. Pelatihan berarti suatu upaya yang bertujuan melestarikan serta melengkapi sesuatu yang sudah ada pada sebelumnya. Selain itu pembangunan adalah sebuah upaya yang berarah kepada pembaruan serta pelestarian terhadap suatu hal yang tidak ada sebelumnya.⁹

Menurut Prof. Toha Jahja Oemar MA menyimpulkan sebuah definisi dakwah sebagai seruan atau mengajak individu lain dengan langkah yang baik sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh

⁸ Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah, (Surabaya: Remaja Rosda Karya, 2010), h.17

⁹ Asmuni Sukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, (Surabaya: Al-ikhlas, 1983). h.20

Allah SWT, untuk memperoleh kemakmuran baik didunia ataupun diakhirat. Didalam dakwah seseorang yang bertindak untuk mengajak manusia lain menuju kebaikan disebut *Da'i* dan pengemban dakwah juga merupakan bentuk proses pengiriman dari isi pesan tertentu, lalu orang yang bertindak sebagai komunikator dalam mengirim pesan ke komunikan dari pesan tertentu yang berupa permintaan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut kemudian dikenal dengan istilah mubaligh.¹⁰

2. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur dakwah ialah langkah-langkah yang digunakan seorang dai atau pengemban dakwah dalam proses menyampaikan pesan dan juga materi dakwah secara langsung maupun tidak langsung. Dakwah secara langsung atau secara lisan yaitu dapat berupa kajian, seminar, ceramah, diskusi, khutbah dan lainnya. Dakwah melalui tulisan yaitu dapat berupa majalah, tabloid, buku, surat kabar, dan lainnya. Menurut ajaran Islam dakwah bil hal yaitu berupa sikap dan perilaku santun, peduli terhadap lingkungan, rajin mencari nafkah, gigih, dan peduli sesama. Misal membangun sebuah masjid tempat ibadah, mendirikan lembaga-lembaga pendidikan seperti sekolah dan pondok pesantren, membangun fasilitas mata pencarian seperti perkantoran, swalayan, pabrik dan lainnya, yang mencakup berbagai aspek bidang. Demikian juga dakwah melalui seni yaitu dakwah yang meliputi segala unsur seni seperti seni kaligrafi, seni menari, musik dan sebagainya.

¹⁰ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta; Gaya Media Pratama, 1997), h.31

Tentunya jika melaksanakan dakwah atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam kepada seluruh umat atau mad'u, tentu sangatlah wajib memiliki berbagai tahapan untuk dilengkapi. Mulai dari bagian-bagian objek, subjek, materi yang disampaikan, media dakwah, efek dari pesan dakwah, dan metode-metode dakwah. Dalam berdakwah sangatlah wajib memperhatikan tahapan-tahapan yang berkaitan dengan dakwah yakni seperti komponen yang ada dalam setiap kegiatan berdakwah, bagian-bagian ini diantaranya adalah:

a. Da'i

Da'i ialah seseorang yang menjalankan kegiatan berdakwah dengan cara lisan, tertulis maupun melalui tindakan, citra personal, kelompok, bentuk keorganisasian atau kelembagaan. Pada dasarnya, seluruh umat Islam merupakan seorang juru dakwah, yang berarti seorang yang memiliki kewajiban guna menyampaikan pesan atau dapat dikenal sebagai pengirim pesan dakwah.¹¹

Istilah da'i terlahir dari kata Arab yakni *mudzakar* (laki-laki) yang berarti memanggil, orang yang menyeru sedangkan *muanas* (perempuan) dapat disebut *Da'iyah*.¹² Dalam kamus KKBI Da'i ialah seseorang yang memiliki tugas dan juga kewajiban dalam berdakwah melalui kegiatan menyebarluaskan nilai Islam. Dengan artian lain seorang da'i ialah orang yang mengajak individu lain baik dengan cara langsung maupun tidak, dapat

¹¹ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Surabaya: Remaja Rosda Karya, 2010), h.19

¹² Enjang AS dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah: Pendekatan Filosofis Dan Praktis*, (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), hlm. 73.

melalui ucapan, tertulis atau sikap dalam mengamalkan nilai-nilai Islam maupun menyebarkan ajaran dari agama Islam, untuk mengupayakan kondisi yang memiliki nilai positif dan juga baik.

b. Mad'u

Mad'u ialah seorang atau individu-individu, rekan dakwah, objek dakwah ataupun seorang yang menerima isi pesan dari dakwah, baik secara berkelompok, individual, baik itu muslim ataupun non muslim, dengan artian lain seluruh umat manusia.

c. Materi pesan dakwah

Materi Pesan Dakwah ialah sebuah isi dari pesan yang telah tersampaikan kepada mad'u. Pesan dalam dakwah ialah ajaran menurut agama Islam. Beberapa diantara adalah:

1. Pesan Akidah

Pesan Akidah adalah pesan untuk memperbaiki keimanan seseorang, antara lain beriman kepada Allah SWT, beriman kepada malaikat, beriman kepada kitab suci Al-Qur'an, beriman kepada rasul, beriman kepada hari akhir dan beriman kepada Qadha-Qadhar.

2. Pesan Syariah

Pesan Syariah merupakan ketentuan dan norma illahi untuk mengatur hubungan manusia dengan Allah SWT seperti beribadah thaharah, salat, zakat, puasa, serta haji.

3. Pesan Akhlak

Pesan Akhlak ialah pesan atau perintah, nasehat, permintaan, kewajiban juga amanat yang harus disampaikan pada orang lain, kewajiban tersebut antara lain berakhlak mulia dengan sesama dan berakhlak dihadapan Allah SWT.

d. Media Dakwah

Media dakwah ialah suatu alat berguna untuk mengirim sebuah pesan dalam dakwah seperti radio, siaran televisi, kaset, majalah, tabloid, surat kabar dan lainnya. Media merupakan suatu bentuk jamak dari kata latin medion, memiliki artian perantara.¹³

Demikian secara istilah media mengacu pada sesuatu yang bisa digunakan untuk tercapainya suatu tujuan berdakwah. Dengan begitu bisa disimpulkan, media dakwah memiliki artian segala sesuatu yang bisa dipergunakan agar mencapai tujuan tertentu dari strategi dakwah yang sudah ditetapkan. Kecerdasan dalam memilah dan mengelola media dakwah agar tepat merupakan suatu keberhasilan dalam berdakwah, terutama mencegah hal-hal negatif dari perkembangan jaman sekarang dimana ilmu pengetahuan berkembang sangat pesat yang ditandai oleh kecanggihan sebuah teknologi.

Dengan demikian supaya tercapainya kesuksesan dalam berdakwah, para pengemban dakwah harus pintar-pintar dalam mengelola media baru saat ini seperti platform media sosial, siaran

¹³ Wardi Bachtiar, Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah, (Ciputat : Logos Waccana Ilmu, 1997)

radio, podcast, televisi, dan internet sebagai media dalam berdakwah.¹⁴

Media dakwah dapat dilihat dari 4 sifat. Menurut Drs. Slamet Muhaemin Abda yakni bersifat media visual, media auditif, media audio visual, dan juga media cetak:¹⁵

1. Media visual merupakan sebuah equipment juga peraga yang dapat digunakan atau dioperasionalkan sebagai proses belajar ataupun kepentingan dalam menjalankan kegiatan berdakwah, melalui panca indera mata, penglihatan, seperti lukisan, desain grafis, film, foto digital juga lainnya, selain itu media visual memiliki fungsi memperlancar pemahaman dalam proses belajar dan memperkuat ingatan. Media auditif, merupakan peralatan yang memiliki kemampuan dan juga mengandalkan suara saja namun tetap bisa dioperasionalkan sebagai prasarana penunjang dakwah yang bisa direspons melalui panca indera telinga atau pendengaran, seperti siaran radio, telepon, kaset rekaman dan lain-lain.
2. Media audio visual, sama halnya dengan media visual media audio visual juga memiliki fungsi penting dan peranan tersendiri sebagai pengingat dalam proses belajar dan kepentingan dalam berdakwah, media audio visual dalam proses dakwah bisa diterapkan dan didengar juga sekaligus

¹⁴ Nurul Badruttamam, *Dakwah Kolaboratif Tarmizi Taher*, (Jakarta: Grafindo, 2005)

¹⁵ Hasanuddin, *Hukum Dakwah Tinjauan Aspek Hukum dalam Berdakwah di Indonesia*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996)

dilihat melalui video, film, platform media sosial YouTube, televisi, dan lainnya.

3. Media cetak, ialah sebuah media berupa cetakan atau dalam bentuk fisik dapat berupa tulisan dan grafik desain guna melengkapi sebuah informasi tertulis, seperti tabloid, novel, majalah, poster, banner, dan lainnya.

e. Efek Dakwah

Efek secara bahasa dari komunikasi bisa disebut dengan feedback atau umpan balik, proses sebuah reaksi dari pesan dakwah itu sendiri. Menurut Jalaludin Rahmat efek dapat terjadi pada 3 tataran, yaitu:

- a. Efek kognitif, ialah terjadi saat pengetahuan, pemahaman dan sudut pandang public mengalami perubahan, efek tersebut mengacu pada transfer pengetahuan ketrampilan, kepercayaan maupun informasi.
- b. Efek afektif, ialah efek yang terjadi ketika muncul adanya suatu perubahan pada apa yang dirasakan, disukai, atau dibenci audiensi, yang mencakup semua sesuatu yang berhubungan dengan perasaan, sikap, dan juga nilai.
- c. Efek Behavioral, efek yang mengacu terhadap perilaku nyata yang diteliti secara aktual, juga melibatkan pola tindakan, kinerja, ataupun berperilaku.¹⁶

¹⁶ Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah, (Surabaya: Remaja Rosda Karya, 2010)

3. Bentuk-Bentuk Metode Dakwah

Metode dakwah adalah metode yang digunakan oleh para Da'i dan pengemban dakwah untuk menyampaikan pesan dakwah atau bisa dibilang sebagai langkah-langkah tindakan guna tercapainya tujuan dalam berdakwah. Metode dakwah terdiri dari 3 cakupan, diantaranya adalah:¹⁷

1. Al- Hikmah

Al-Hikmah adalah suatu skill dan kecermatan Dai untuk memilah, menata dan menyeimbangkan teknis dakwah sesuai kondisi objektif Mad'u. Al-Hikmah adalah dapat dikatakan sebagai kemampuan dari Da'i disaat menjelaskan bagaimana nilai-nilai Islam sesuai oleh realitas dengan argumen serta bahasa komunikatif.

2. Al- Mau'idza Al- Hasanah

Al- Mau'idza Al- Hasanah adalah kalimat atau ucapan yang masuk ke hati dengan penuh cinta juga kelembutan, tidak mengungkapkan dan membongkar kesalahan dari individu lain, karna didalam nasihat yang lembut mampu meluluhkan hati yang keras juga lebih mudah menghasilkan nilai kebaikan daripada tindakan melarang atau tindakan mengancam.

3. Al- Mujadalah Bi-al-lati Hiya Ahsan

Al- Mujadalah Bi-al-Hiya adalah pertukaran pikiran yang sinergis, tidak bermusuhan antara kedua belah pihak dengan

¹⁷ Munzier Suparta dan Harjani Heni, Metodologi Dakwah. (Jakarta: Rahmat Semesta, 2006)

tujuan untuk membujuk pihak lawan agar menerima pendapat yang dikemukakan dengan menghadirkan argumentasi juga bukti kuat. Di antara mereka sendiri, mereka menghargai dan menghormati satu sama lain.

B. Strategi Dakwah

1. Pengertian Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah suatu perpaduan antara rencana dan pengelolaan dakwah guna mencapai sebuah tujuan tertentu. Untuk tercapainya tujuan tersebut strategi dalam berdakwah harus mampu memperlihatkan bagaimana fungsi dari teknis yang dijalankan, dalam istilah kata bahwa pendekatannya dapat berubah-ubah setiap saat, sewaktu-waktu, tergantung situasi dan keadaan yang ada. Menurut Asmuni Sukir dikutip dari dalam bukunya yang berjudul “Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam” ia mengatakan bahwa Strategi Dakwah merupakan metode, siasat, taktik atau manovers yang dipergunakan dalam aktivitas atau kegiatan dakwah sehingga dapat dikatakan bahwa strategi dakwah merupakan cara untuk mensukseskan dakwah.

Strategi Dakwah yang dipergunakan di dalam usaha dakwah harus memperhatikan beberapa azas dakwah di antara lain:

a. Azas Filosofis

Azas Filosofis azas ini terutama membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau dalam aktifitas dakwah

b. Azas Kemampuan dan Keahlian Da'i (achievement and professional).

c. Azas Sosiologis

Azas ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah, Misalnya politik pemerintah setempat, mayoritas agama di daerah setempat, filosofis sasaran dakwah. Sosio kultural sasaran dakwah dan sebagainya.

d. Azas Psychologis

Azas ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang Da'i adalah manusia, begitu pun sasaran dakwahnya yang memiliki karakter (kejiwaan) yang unik yakni berbeda satu sama lainnya. Apalagi masalah agama, yang merupakan masalah idiologi atau kepercayaan (rakhaniah) tak luput dari masalah-masalah psychologis sebagai azas (dasar) dakwah-nya.

e. Azas Efektifitas dan Efisiensi

Azas ini maksudnya adalah di dalam aktivitas dakwah harus berusaha menseimbangkan antara biaya, waktu maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya, bahkan kalau bisa waktu, biaya dan tenaga sedikit dapat memperoleh hasil yang semaksimal mungkin. Dengan kata lain ekonomis beaya, tenaga dan waktu tapi dapat mencapai hasil yang semaksimal mungkin atau setidaknya seimbang antara keduanya.

Melihat azas-azas strategi dakwah diatas, seorang Da'i perlu sekali memiliki pengetahuan-pengetahuan yang erat hubungannya

dengan azas-azas tersebut. Adapun ilmu-ilmu yang sekurang-kurangnya harus dimiliki seorang Da'i antara lain tentang:

1. Kepribadian seorang Da'i.

Syarat kepribadian seorang Dai yang terpenting adalah iman dan taqwa kepada Allah SWT. Oleh karena ia didalam membawa misi dakwahnya diharuskan terlebih dahulu dirinya sendiri dapat memerangi hawa nafsunya, sehingga diri pribadi ini lebih taat kepada Allah dan Rasulnya.

2. Tujuan-tujuan dakwah.

Tujuan ini dimaksudkan untuk pemberi arah atau pedoman bagi gerak langkah kegiatan dakwah. Sebab tanpa tujuan yang jelas seluruh aktivitas dakwah akan sia-sia (tidak artinya). Apalagi ditinjau dari segi pendekatan sistem (system approach), tujuan dakwah merupakan salah satu unsur dalam dakwah. Di mana antara unsur dakwah yang satu dengan yang lain saling membantu, mempengaruhi, berhubungan (sama pentingnya).

Dengan demikian tujuan dakwah sebagai bagian dari seluruh aktivitas dakwah sama pentingnya dari pada unsur-unsur lainnya, seperti subyek dan obyek dakwah, metode dan sebagainya. Bahkan lebih dari itu tujuan dakwah sangat menentukan dan berpengaruh terhadap penggunaan metode dan media dakwah, sasaran dakwah sekaligus strategi dakwah juga ditentukan atau berpengaruh oleh hasil dakwah.

3. Materi dakwah

Keseluruhan materi dakwah pada dasarnya bersumber dari dua sumber yaitu Al-Qur'an, Al-Hadist dan Rakyat Ulama (opini ulama)

4. Masyarakat sebagai obyek dakwah.

Masyarakat sebagai objek dakwah atau sasaran dakwah adalah salah satu unsur yang penting di dalam system dakwah yang tidak kalah peranannya dibandingkan dengan unsur-unsur dakwah yang lain. Oleh sebab itu, masalah masyarakat ini haruslah dipelajari dengan sebaik-baiknya sebelum melangkah ke aktivitas dakwah yang sebenarnya.

Maka dari itu sebagai bekal dakwah bagi seorang da'i atau mubaligh hendaknya memperlengkapi dirinya dengan beberapa pengetahuan dan pengalaman yang erat hubungannya dengan masalah masyarakat ini. Misalnya: Sosiologi, Ekologi Psikologi, Ilmu Sejarah, Ilmu Politik, Ilmu Hukum, Antropologi, Ilmu Ekonomi, Geografi dan ilmu-ilmu pengetahuan lainnya yang bertalian erat dengan masyarakat.

5. Metodologi dakwah

Dalam penggunaan metode perlu sekali diperhatikan bagaimana hakekat metode itu, karena hakekat metode merupakan pedoman pokok yang mula-mula harus dijadikan bahan pertimbangan dalam pemilihan dan penggunaannya. Selain itu dengan memahami hakekatnya, pemakai metode tidak

mudah secepatnya memuja terhadap suatu metode tertentu, karena keberhasilannya. Dan sebaliknya tidak akan tergesa-gesa menysihkan suatu metode, gara-gara kegagalannya.

6. Media dakwah

Media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Media dakwah ini dapat berupa barang (material), orang, tempat dan suatu kondisi.

Sementara itu dikutip dari buku Acep Aripudin mengatakan bahwa strategi dakwah Islam adalah perencanaan, pelaksanaan kegiatan dan pengoperasian dakwah Islam yang dilakukan secara rasional untuk mencapai tujuan Islam yang mencakup semua dimensi kemanusiaan.¹⁸ Dengan kata lain, strategi dakwah adalah kegiatan yang bersifat komunikatif, yakni upaya menyampaikan ajaran agama Islam terhadap masyarakat, agar masyarakat mampu memahami pemahaman tentang Islam dan pada akhirnya menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.¹⁹ Maka dari itu sebuah pengelolaan dan strategi dalam dakwah harus dipikirkan dan dipertimbangkan secara matang sehingga melahirkan sebuah metode dakwah yang baik. Berdasarkan pengertian di atas penulis berpendapat bahwa strategi dakwah merupakan

¹⁸ Asmuni Sukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-ikhlas, 1983).

¹⁹ Acep Aripudin & Syukriadi Sambas, *Dakwah Damai: Pengantar Dakwah Antar Budaya*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007)

perpaduan antara perencanaan metode dan taktik untuk mencapai tujuan tertentu. Mencapai tujuan memerlukan pertimbangan yang cermat, baik dari segi teknik maupun taktik yang harus dilakukan da'i untuk mencapai tujuannya.

Keberhasilan dakwah secara total tidak hanya dilihat dari daya tarik dan daya pikat seorang da'i dalam menjalankan dakwahnya. Namun ukuran keberhasilan seorang da'i dalam menyampaikan dakwahnya juga terletak pada berubahnya sikap juga perilaku dari mad'u.²⁰

a. Prinsip-Prinsip Strategi Dakwah

Agar dakwah lebih efisien dan berhasil, maka seluruh pengemban dakwah terkhususnya da'i juga harus mengerti berbagai prinsip dalam berdakwah. Menurut Achmad Mubarok, prinsip tersebut terangkum dalam buku pengantarnya yaitu Psikologi dakwah, prinsip-prinsip tersebut di antara lain adalah:

1. Berdakwah itu harus dimulai dan dapat dilakukan secara personal kepada diri sendiri lalu kemudian merealisasikan kepada orang terdekat sebagai contoh untuk umat.
2. Da'i wajib mengerti dan memahami bahwa masyarakat butuh beberapa waktu guna dapat memahami isi dan juga nilai-nilai dari pesan dakwah. Oleh karena itu, dakwah juga harus memperhatikan langkah-langkah sebagaimana dahulu Nabi Muhammad harus melalui berbagai proses

²⁰ M. Bahri Ghazali, Da'wah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1997)

dari berbagai periode, yaitu periode Makkah dan periode Madinah.

3. Da'i juga harus membenamkan dirinya dalam benak pola pikir masyarakat sehingga kebenaran Islam tidak disampaikan dengan menggunakan logika masyarakat.
4. Secara mental Da'i harus bersiap menjadi ahli waris dari Nabi, yaitu mewarisi pertempuran dan perjuangan penuh dengan berbagai resiko.
5. Dalam menjalani sebuah permasalahan, *Da'i* harus bersabar, tidak perlu khawatir tentang ketidakpercayaan orang atau mati lemas dalam tipu dayannya.
6. Dai harus memiliki citra positif dalam berdakwah, karena dengan memiliki citra positif dapat membuat komunikasi dalam berdakwah lebih mudah, namun juga sebaliknya jika citra yang dimiliki negatif maka tercipta suatu hal yang kontradiktif.
7. Da'i harus memperhatikan tertib urutan pusat perhatian dakwah.

C. Teori Manajemen Strategi Fred R. David

Pada dasarnya pengertian manajemen strategi sama seperti pengertian manajemen pada umumnya, dimana manajemen strategi berperan dalam merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, dan mengendalikan hal-hal yang bersifat strategis dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Terdapat beberapa definisi manajemen strategi menurut

para ahli yaitu menurut Fred R. David manajemen strategis merupakan seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya.²¹

Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen strategik merupakan serangkaian kegiatan yang dijalankan oleh manajemen puncak dalam menentukan suatu rangkaian aktivitas perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam hal ini, manajemen strategi berperan dalam mengintegrasikan fungsi dari manajemen fungsional dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Dengan demikian, manajemen strategik merupakan pedoman suatu perusahaan atau organisasi dalam mencapai keberhasilan.

1. Manfaat Manajemen Strategi

Manajemen strategi dapat mempermudah perusahaan dalam mengambil keputusan strategi. Manajemen strategi memungkinkan suatu organisasi untuk lebih proaktif ketimbang reaktif dalam membentuk masa depannya sendiri. Hal itu memungkinkan suatu organisasi untuk mengawali dan mempengaruhi aktivitas sehingga dapat mengendalikan tujuannya sendiri. Dengan melakukan proses manajemen strategi yang tepat, organisasi akan mendapatkan banyak keuntungan di dalam melakukan perencanaan dan implementasi.

²¹ Fred R. David, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), Hlm 5

Menurut Fred R. David manajemen strategik dapat memberikan dua keuntungan, diantaranya:

a. Keuntungan keuangan

Suatu bisnis yang menggunakan konsep manajemen strategis menunjukkan perbaikan yang signifikan dalam penjualan, profitabilitas, dan produktifitas dibandingkan dengan perusahaan tanpa aktivitas perencanaan strategis yang sistematis.

b. Keuntungan non-keuangan

Manajemen strategis menawarkan keuntungan lain seperti meningkatnya kesadaran akan ancaman eksternal, membaiknya pemahaman akan strategi, pesaing, naiknya produktifitas menurunnya resistensi pada perubahan, dan pemahaman yang lebih jelas akan relasi kinerja-imbalan.

2. Proses dan Model Manajemen Strategi

Fred R. David menjelaskan bahwa proses manajemen strategik terdiri atas tiga tahap, yaitu perumusan strategi, penerapan strategi, dan penilaian strategi:

a. Perumusan Strategi

Dalam perumusan strategi terdapat beberapa aktivitas utama, diantaranya mengidentifikasi visi dan misi, menganalisis lingkungan eksternal dan internal organisasi dalam rangka mengidentifikasi peluang dan ancaman dari sudut pandang eksternal serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi dari

sudut pandang internal, menetapkan tujuan jangka panjang, serta membuat dan memilih strategi alternatif.

b. Implementasi Strategi

Pada tahap implementasi strategi, terdapat proses komunikasi pimpinan organisasi maupun anggota organisasi untuk dapat mengimplementasikan strategi yang telah disusun dalam formulasi strategi. Dalam hal ini, implementasi mengembangkan sebuah strategi dan kebijakan menjadi sebuah program, anggaran, dan prosedur. Kepala divisi bekerja sama dengan bawahan untuk dapat mengimplementasikan rencana yang telah dibuat secara terperinci. Diperlukan pihak yang berwenang dalam pengambilan keputusan dalam menetapkan tujuan tahunan, menyusun kebijakan, memotivasi pegawai, dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki.

c. Evaluasi Strategi

Tahap evaluasi strategi merupakan tahap pengukuran yang digunakan dalam menilai kinerja perusahaan. Sasaran yang telah ditetapkan dalam tahap formulasi strategi dapat dijadikan tolok ukur apakah strategi yang diterapkan telah berhasil mencapai sasaran atau tidak. Dalam tahap ini, dilakukan review terhadap proses formulasi dan implementasi strategi, lalu dilakukan pengukuran performa atau kinerja, dan mengambil tindakan korektif.