

Strategic Management Process Pada Perusahaan Google

Jefri Ariffendi, Nova Elisa, Jennifer Agatha, Suyanti, Richad ✉

Universitas Internasional Batam

Abstrak

Dalam menjalankan sebuah bisnis pastinya pelaku bisnis membutuhkan manajemen strategik untuk menentukan berbagai hal yang dibutuhkan dalam implementasi pencapaian “tujuan” dari suatu bisnis. Dengan ini pentingnya kesadaran seorang pelaku bisnis atas *Strategic Management Process*, kami melakukan analisis terhadap Google mengenai *Strategic Management Process* yang dimana analisis tersebut terdapat beberapa tahapan yaitu analisis lingkungan, visi, misi, dan tujuan perusahaan, perumusan strategi, implementasi strategi, monitoring dan evaluasi, serta adaptasi dan inovasi. Metode penelitian yang digunakan adalah *Narrative Research* yang dimana memperoleh sebuah data dari sejarah atau riwayat perjalanan hidup mitra penelitian kemudian hasil laporan tersebut akan disusun menjadi laporan naratif. Hasil dari pembahasan mengenai *Strategic Management Process* dari perusahaan Google bahwa perusahaan Google harus mampu menentukan arah dan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan. Namun, Google juga dihadapkan dengan berbagai permasalahan yang mempengaruhi proses bisnis tersebut, seperti persaingan yang semakin ketat dan perubahan lingkungan bisnis serta teknologi yang terus berkembang. Saran yang diberikan kepada Google adalah tetap melakukan inovasi terhadap produk serta layanannya, mengembangkan sumber daya manusia (SDM), memperhatikan tren pasar, memperkuat branding, serta menjalin kemitraan. Dengan menerapkan saran-saran berikut, diharapkan bahwa Google dapat mengoptimalkan *Strategic Management Process* dan tetap bersaing di industri teknologi yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: *Proses Manajemen Strategis, Google, Pelaku Bisnis.*

Abstract

In order to achieve the "objectives" of a business, business people need strategic management, of course. Several stages are involved in the process, including an analysis of the environment, the vision, the mission, and the goals of the company, the formulation and implementation of a strategy, monitoring and evaluation, as well as adaptation and innovation. Research methods used include Narrative Research, which collects data from the history or life history of research partners and compiles the results into a narrative report. Discussions regarding Google's Strategic Management Process have revealed that Google companies need to determine the right direction and strategy to reach their short- and long-term goals. In addition to these business processes, Google also faces a number of challenges due to increased competition, changes to the business environment, and ever-evolving technology. A number of suggestions were made to Google, including continuing to innovate products and services, developing human resources (HR), understanding market trends, establishing partnerships, and strengthening branding. The following suggestions are aimed at optimizing Google's Strategic Management Process and keeping it competitive in an increasingly competitive technology industry.

Keywords: *Strategic Management Process, Google, Business People.*

Strategic Management Process Pada Perusahaan Google...

Copyright (c) 2023 Jefri Ariffendi, Nova Elisa, Jennifer Agatha, Suyanti, Richad

✉ Corresponding author : Jefri Ariffendi, Nova Elisa, Jennifer Agatha, Suyanti, Richad

Email Address : 2141306.jefri@uib.edu, 2141124.nova@uib.edu, 2141231.jennifer@uib.edu,
2141037.suyanti@uib.edu, 2141312@uib.edu

PENDAHULUAN

Menurut Brown dan Pretello, bisnis adalah sebuah lembaga yang melakukan tindakan produksi barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat dan hal tersebut dilakukan oleh pemerintah atau swasta, baik dalam tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*) maupun tidak. Maka dapat disadari bahwa setiap tindakan bisnis yang dilakukan oleh seorang pelaku bisnis pasti memiliki tujuannya. Dengan tidak memiliki sebuah tujuan dalam bisnis, maka bisnis yang dikelola oleh seorang pelaku bisnis tidak akan memiliki atau mengenal arah. Sebuah tujuan dibutuhkan sebab tujuan bisnis adalah tempat atau lokasi atas apapun yang ingin dicapai oleh seorang pelaku bisnis. Sehingga untuk mencapai tujuan bisnis maka dibutuhkanlah "*Strategic Management Process*".

Manajemen Strategik merupakan sebuah proses untuk menentukan berbagai hal yang dibutuhkan dalam implementasi pencapaian "tujuan" dari suatu bisnis. Proses di dalamnya terdapat sebuah penetapan atau penentuan formulasi arah (visi dan misi bisnis), metode pelaksanaan, kebijakan, tujuan bisnis, dan berbagai aspek lain dalam suatu manajemen bisnis untuk memastikan implementasi bisnis dapat terlaksana dengan efisien dan efektif sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan (Thabroni, 2022).

Dengan mengetahui pentingnya kesadaran dan kepedulian seorang pelaku bisnis atas *Strategic Management Process*, maka dari sini kami (selanjutnya disebut dengan "Pelaku") akan melakukan analisis terhadap perusahaan Google (yang dimana merupakan perusahaan multinasional yang fokus dalam jasa dan produk internet) perihal "*Strategic Management Process*". Harapan besar bagi pembaca yang membaca artikel ini adalah agar dapat memahami mengenai perihal *Strategic Management Process* dan Teknis implementasi dalam lapangan dunia kerja.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategic Management

Strategic Management merupakan sebuah proses Perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Implementasi (*Actuating*), dan Pengendalian (*Controlling*) strategi perusahaan untuk mencapai tujuan jangka pendek atau jangka panjang yang telah ditentukan atau ditetapkan. Menurut Wheelen dan Hunger (2017), *Strategic Management* merupakan proses yang melibatkan analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan untuk mengidentifikasi Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), Ancaman (*Threats*) atau yang sebut juga sebagai *SWOT Analysis*. Setelah mengenal *SWOT Analysis*, maka perusahaan dapat merumuskan strategi yang sesuai untuk memanfaatkan Peluang (*Opportunities*) dan mengatasi Ancaman (*Threats*) dengan memanfaatkan Kekuatan (*Strengths*) dan mengatasi Kelemahan (*Weakness*).

Strategic Management melibatkan seluruh divisi atau departemen dalam perusahaan dan membutuhkan tindakan yang proaktif dalam menghadapi perubahan dan ketidakpastian di lingkungan bisnis. Tujuan utama *Strategic Management* adalah menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan di pasar yang dihadapi, sehingga dapat mencapai tujuan jangka pendek atau jangka panjang dengan efisien dan efektif.

Strategic Management melibatkan beberapa tahapan, yaitu analisis lingkungan eksternal dan internal, penetapan misi dan visi organisasi, penetapan tujuan jangka panjang dan strategi perusahaan, pengimplementasian strategi, pengendalian dan evaluasi hasil dari strategi yang diimplementasikan. Seluruh tahapan dalam hal ini dilakukan secara terus-menerus dan dinamis dalam menghadapi perubahan lingkungan perusahaan yang cepat.

Dalam *Strategic Management*, perusahaan harus dapat mengimplementasikan strategi yang berkelanjutan, yaitu strategi yang dapat terus ditingkatkan dan dikembangkan secara berkelanjutan. Perusahaan harus dapat mengadaptasi perubahan lingkungan perusahaan dan teknologi yang cepat dan terus berinovasi dalam produk dan layanan yang ditawarkan. Dengan demikian, perusahaan dapat mencapai tujuan jangka pendek atau jangka panjang dengan efisien dan efektif (Hunger dan Wheelen, 1996:9).

Strategic Management Process

Tahapan dalam *Strategic Management Process* pada umumnya terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

1. Analisis Lingkungan

Tahapan pertama dalam *Strategic Management Process* adalah melakukan analisis lingkungan. Menurut Hitt, Ireland, dan Hoskission (2017), analisis lingkungan digunakan untuk mengidentifikasi Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) di lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

2. Penetapan Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

Tahapan kedua dalam *Strategic Management Process* adalah perusahaan menetapkan Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan. Menurut Thompson, Peteraf, Gamble, dan Strickland (2020), visi dan misi perusahaan digunakan untuk memberikan arah strategis dan identitas kepada perusahaan. Tujuan perusahaan digunakan untuk menetapkan hasil yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan.

3. Perumusan Strategi

Tahapan ketiga dalam *Strategic Management Process* adalah perusahaan merumuskan strategi yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Menurut Wheelen dan Hunger (2017), strategi adalah suatu rencana yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang.

4. Implementasi Strategi

Tahapan keempat dalam *Strategic Management Process* adalah mengimplementasikan strategi. Menurut Grant (2019), implementasi strategi melibatkan banyak divisi atau departemen dalam sebuah perusahaan, termasuk pengembangan produk, pemasaran, penjualan, dan layanan *customer*.

5. *Monitoring* dan Evaluasi

Tahapan kelima dalam *Strategic Management Process* adalah perusahaan memantau dan mengevaluasi kinerja divisi atau departemen dalam perusahaan

secara berkala. Menurut David (2017), *monitoring* dan evaluasi kinerja membantu perusahaan untuk memahami efektivitas strategi dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

6. Adaptasi dan Inovasi

Tahapan terakhir adalah Adaptasi dan Inovasi, dalam hal ini perusahaan harus dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi. Menurut Barney dan Hesterly (2019), adaptasi dan inovasi melibatkan pengembangan produk baru, perbaikan produk yang sudah ada, dan investasi dalam teknologi baru dan *startup* yang dianggap memiliki potensi besar.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian *Narrative Research* adalah metode penelitian yang memperoleh sebuah data dari sejarah atau riwayat perjalanan hidup mitra penelitian kemudian hasil laporan tersebut akan disusun menjadi laporan naratif. Metode penelitian *Narrative Research* biasanya dilakukan terhadap seorang individu atau lebih. Maka dari sana, untuk penelitian ini akan dilakukan dengan metode penelitian *Narrative Research* terhadap perusahaan yang bernama Google dengan menganalisa *Strategic Management Process* dari riwayat kehidupan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Perusahaan Google

Google merupakan sebuah perusahaan multinasional yang berdiri pada 4 September 1998 pada Menlo Park, California, Amerika Serikat dan kini berkantor pusat pada Mountain View, California, Amerika Serikat. Larry Page dan Sergey Brin selaku *Founder* Google menciptakan Google sebagai produk dan jasa Internet dengan tujuan mengumpulkan semua informasi pada dunia dalam satu plafon sehingga dapat bermanfaat bagi orang yang memerlukannya (Wikipedia, 2018).

Dengan perkembangan teknologi sekarang serta inovasi yang diciptakan oleh Google, maka hingga saat ini Google telah menciptakan layanan dan peralatan untuk dunia bisnis dan masyarakat sosial untuk menunjang aktivitas mereka. Terdapat beberapa bidang yang telah diciptakan oleh Google yaitu: 1). Bidang Periklanan; 2). Bidang Aplikasi Pencarian; 3). Bidang Komunikasi; 4). Bidang Telepon Genggam; 5). Bidang Hiburan; 6). Bidang lainnya (Wikipedia, 2018).

Struktur Organisasi Google



Strategic Management Process Perusahaan Google

Strategic Management Process yang dilakukan oleh Perusahaan Google diantaranya adalah:

a. Analisis Lingkungan

Google melakukan analisis lingkungan secara rutin untuk mengidentifikasi Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) di lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis Lingkungan Eksternal membantu Google dalam memahami faktor-faktor yang terdapat diluar perusahaan yang dapat mempengaruhi langsung terhadap kinerja Google. Analisis tersebut terdapat empat faktor utama, yaitu faktor Politik (*Political*), Ekonomi (*Economic*), Sosial (*Social*), dan Teknologi atau yang disebut dengan *PESTLE Analysis*.

- Faktor Politik

Google memperhatikan faktor politik seperti kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku dan hukum yang berkaitan dengan proses bisnis Google. Hal tersebut penting dilakukan sebab peraturan dan kebijakan pemerintah dapat mempengaruhi industri dan pasar dimana Google beroperasi.

- Faktor Ekonomi

Google memperhatikan faktor ekonomi seperti kondisi pasar, suku bunga, inflasi, dan nilai tukar. Hal tersebut penting dilakukan sebab faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan investasi dan strategi bisnis perusahaan.

- Faktor Sosial

Google memperhatikan faktor sosial seperti preferensi *customer*, perubahan gaya hidup dan tren budaya. Hal tersebut penting dilakukan sebab faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi permintaan (*demand*) dan tren pada pasar.

- Faktor Teknologi

Google memperhatikan faktor teknologi seperti perubahan teknologi dan inovasi. Hal tersebut penting dilakukan sebab faktor kunci dalam industri dimana Google beroperasi.

Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal dapat membantu Google dalam memahami Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weakness*) Google. Analisis tersebut terdapat aspek Sumber Daya (*Resource*), Karyawan (*Employee*), Teknologi (*Technology*), dan Process Bisnis (*Business Processes*).

- Sumber Daya

Google memperhatikan sumber daya seperti dana, asset, dan infrastruktur. Hal tersebut penting dilakukan sebab dapat membantu Google dalam memahami kekuatan finansial dan kemampuan perusahaan untuk mengambil keputusan bisnis (*business decision*).

- Karyawan

Google memperhatikan kemampuan, keterampilan, dan motivasi karyawan Google Hal tersebut penting dilakukan sebab karyawan merupakan aset kunci dalam proses bisnis.

- Teknologi

Google memperhatikan teknologi yang digunakan dalam bisnis. Hal tersebut penting dilakukan sebab teknologi adalah faktor kunci dalam industri dimana Google beroperasi.

- Proses Bisnis

Google memperhatikan proses bisnis seperti Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chain Management*) dan Manajemen Risiko (*Risk Management*). Hal tersebut penting dilakukan sebab untuk memahami bagaimana Google beroperasi dan bagaimana proses tersebut dapat ditingkatkan.

b. Penetapan Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

Google menetapkan visi, misi, dan tujuan perusahaan, diantaranya sebagai berikut:

- Visi

Visi Google adalah untuk memberdayakan orang-orang di seluruh dunia dengan informasi yang tak terbatas dan menghubungkan mereka dengan pengetahuan yang dapat meningkatkan hidup mereka.

- Misi

Misi Google adalah membuat informasi dunia tersedia untuk semua orang dalam cara yang berguna dan mudah diakses.

- Tujuan

Google memiliki tujuan jangka panjang yang dikenal sebagai “Tujuan Keberlanjutan 2030”. Tujuan ini mencakup tiga bidang utama yaitu Planet, Orang dan Kemakmuran. Tujuan ini meliputi berbagai tujuan spesifik seperti mengurangi emisi karbon perusahaan, mempromosikan inklusi dan keadilan sosial dan mendukung pengembangan ekonomi yang berkelanjutan. Google juga memiliki tujuan jangka pendek yang diarahkan pada pengembangan bisnis Google seperti meningkatkan penggunaan produk dan layanan Google, meningkatkan keuntungan perusahaan serta mengembangkan produk baru dan inovatif.

c. Perumusan Strategi

Google merumuskan strategi yang sesuai dengan tujuan mereka, perumusan strategi Google adalah sebagai berikut:

- Analisis SWOT

Google melakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), Ancaman (*Threats*) perusahaan. Analisis SWOT dapat membantu Google untuk memahami lingkungan bisnis dan menentukan strategi yang tepat untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

- Penetapan Prioritas Strategi

Setelah menganalisis SWOT, maka tahapan selanjutnya yang dilakukan Google adalah menentukan prioritas strategi yang akan dijalankan. Dalam hal ini meliputi peluang yang paling menjanjikan dan kekuatan (*Strengths*) yang harus

ditingkatkan, serta mengidentifikasi ancaman (*Threats*) dan kelemahan (*Weakness*) yang perlu diatasi.

- Pengembangan Strategi

Setelah menetapkan prioritas strategi, maka tahapan selanjutnya yang dilakukan Google adalah mengembangkan strategi untuk mencapai tujuan bisnis jangka panjang Google.

d. Implementasi Strategi

Google menggunakan pendekatan yang terstruktur dan terorganisir untuk mengimplementasikan strategi Google, dalam proses ini melibatkan banyak divisi atau departemen di perusahaan termasuk pengembangan produk, pemasaran, penjualan, dan layanan *customer*. Pencapaian tersebut dimulai dari:

- Membangun Tim Kerja yang Kuat

Google membantu tim kerja yang kuat dan berkomitmen untuk mengimplementasikan strategi bisnis Google. Tim tersebut terdiri dari orang-orang yang berpengalaman dan ahli di bidang masing-masing. Google memastikan bahwa tim tersebut dapat bekerja sama secara efektif dan memiliki keahlian yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan Google.

- Mengembangkan Inisiatif Bisnis

Google mengembangkan inisiatif bisnis yang mendukung implementasi strategi Google, yang meliputi pengembangan produk baru, diversifikasi bisnis atau penetrasi pasar. Google memastikan bahwa inisiatif ini mendukung tujuan bisnis jangka panjang Google dan sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan.

e. *Monitoring* dan Evaluasi

Google memantau dan mengevaluasi kinerja masing-masing divisi atau departemen secara berkala. Google menggunakan metrik kinerja seperti pendapatan, pangsa pasar, kepuasan *customer*, dan penghematan biaya untuk mengukur kesuksesan strategi Google. Evaluasi kinerja membantu Google untuk memahami efektivitas strategi mereka dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

f. Adaptasi dan Inovasi

Google selalu berusaha untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi. Google mengembangkan produk dan layanan baru serta memperbaiki produk yang sudah ada. Google melakukan investasi dalam teknologi baru dan startup yang dianggap memiliki potensi besar.

SIMPULAN

Strategic Management Process adalah sesuatu hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan, termasuk Google. Dalam proses ini, Google harus mampu menentukan arah dan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan. Namun, Google juga dihadapkan dengan berbagai permasalahan yang mempengaruhi proses bisnis tersebut, seperti persaingan yang semakin ketat dan perubahan lingkungan bisnis serta teknologi yang terus berkembang. Oleh karena itu, Google harus mampu mengatasi permasalahan tersebut

dan terus melakukan inovasi untuk tetap bersaing di industri teknologi yang semakin kompetitif.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada Google dalam melakukan *Strategic Management Process*:

- a. Tetap melakukan inovasi
Google harus selalu melakukan inovasi dalam produk dan layanan yang Google tawarkan kepada *customer*, supaya dapat tetap bersaing di industri teknologi yang semakin ketat. Inovasi dapat menjadi kunci keberhasilan Google dalam mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan.
- b. Mengembangkan Sumber Daya Manusia (SDM)
Sumber Daya Manusia merupakan salah satu faktor penting dalam *Strategic Management Process*, Google harus dapat memastikan bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) dalam perusahaan terus dikembangkan dan memiliki kemampuan yang cukup untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan teknologi yang cepat.
- c. Memperhatikan Tren Pasar
Google harus memperhatikan tren pasar dan mengidentifikasi kebutuhan *customer* untuk dapat mengembangkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Hal tersebut dapat membantu Google dalam mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan.
- d. Memperkuat *Branding*
Branding yang kuat dapat membantu Google dalam memperkuat citra perusahaan dan membedakan diri dari pesaing. Oleh karena itu, Google harus memperkuat *branding* dan memastikan bahwa citra perusahaan terus dijaga.
- e. Menjalin Kemitraan
Kemitraan dengan perusahaan lain dapat membantu Google dalam memperkuat produk dan layanan yang ditawarkan. Google harus dapat menjalin kemitraan dengan perusahaan yang sesuai dengan tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, maka besar harapan kepada Google dapat mengoptimalkan *Strategic Management Process* dan tetap bersaing di industri teknologi yang semakin kompetitif.

Referensi :

- 123dok.com. (2023). *Model Manajemen Strategis (Hunger dan Wheelen, 1996:9)*. 123dok.Com. <https://123dok.com/article/model-manajemen-strategis-hunger-dan-wheelen.yn66k4jq>
- Barney, B. J., Hesterly, & William. (n.d.). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases (6th Edition)*.
- David, F. R., & David, F. R. (2016). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts And Cases*.
- Grant, R. M. (2019). *Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases Edition*. Wiley.
- Priambada, A. (2016). *Pasar Indonesia di Google for Indonesia*. Dailysocial.Id. <https://dailysocial.id/post/melihat-lebih-dekat-strategi-google-untuk-pasar->

- indonesia-di-google-for-indonesia
- Rifandy, J. (2020). *Penjelasan Lengkap Tujuan Bisnis Menurut Para Ahli Beserta Jenis dan Contohnya*. Bukausaha.Com. <https://bukausaha.com/tujuan-bisnis/>
- Thabroni, G. (2022). *Manajemen Strategik: Pengertian, Proses & Beberapa Model*. Serupa.Id. <https://serupa.id/manajemen-strategik-pengertian-proses-beberapa-model/>
- Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J., & Strickland III, A. J. (2020). *Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases*.
- Wheleen, T. L., & Hunger, J. D. (2017). *Strategic Management and Business Policy*.
- Wikipedia. (2018). *Google*. Id.Wikipedia.Org. <https://id.wikipedia.org/wiki/Google>
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization*. Cengage Learning.
- Mariana. (2022). *Struktur Organisasi di Perusahaan Google*. June, 1-8. <https://www.researchgate.net/publication/361226598>