

- c. Strategi merupakan rencana skala besar yang berorientasi jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan.¹⁴

Dari defenisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu rencana yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditargetkan. Strategi dalam perusahaan digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam lingkungan yang kompetitif.

Strategi bisnis pada hakikatnya bisa dirumuskan akibat adanya lingkungan pesaing. Kenichi Ohmae (1982) menegaskan : “apakah strategi itu –apa yang membedakannya dari semua perencanaan bisnis lainnya – hanya terdapat satu kata yaitu keunggulan kompetitif. Tanpa pesaing tidak diperlukan strategi, karena tujuan satu-satunya perencanaan strategik adalah agar memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan, seefisien mungkin, suatu keunggulan terhadap pesaingnya.”¹⁵

Michael Porter mengingatkan juga, strategi apa pun yang diterapkan perusahaan akan sia-sia bila tidak diarahkan pada usaha persaingan. Manajemen perlu mempelajari kelemahan, kekuatan, dan strategi pesaing agar bisa merumuskan, menerapkan strategi persaingan yang efektif, dan sekaligus menempatkan diri dalam lingkungan pesaing secara kompetitif.

Dalam sebuah lingkungan yang kompetitif dibutuhkan pula strategi kompetitif untuk sebuah bisnis atau perusahaan. Strategi yang diterapkan

¹⁴John A. Pearce II, Richard B. Robinson, Jr, *Manajemen Strategis : Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Nia Pramita Sari...,4.

¹⁵ Ronald Nangoi, *Menentukan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), 9.

