



Pemahaman Konsep Manajemen Statejik dan Implikasinya bagi Pemimpin Kristen di Era Vuca

Author:

Yakub Hendrawan
Perangin Angin¹,
Tri Astuti
Yeniretnowati²

Affiliation:

STT Bethel The Way
Jakarta¹, STT
Ekumene Jakarta²

Corresponding

Email:

yakub.hendrawan@sttbetheltheway.ac.id

Article History:

Submitted:

23 Februari 2023

Revised:

23 Maret 2023

Accepted:

31 Maret 2023

DOI:

<https://doi.org/10.55967/manthano.v2i1.28>



Licensee:

MANTHANO.

This work is licensed
under a creative
Commons Attribution
– ShareAlike 4.0
International License

Abstract: *Understanding the concept of strategic management for a Christian leader is very important and can even be said to be one of the main competencies that a leader must possess regarding leadership knowledge because it will affect his personal life as well as his organizational life. The method in this study was carried out by means of a literature study. The results of this study show how understanding the concept of strategic management correctly can have an impact not only on the leaders themselves but also on the people and organizations where the leaders lead. At least the implications of this research are: First, Willingness to train oneself to think strategically. Second, practicing strategic leadership in leading the organization. Third, sharing understanding of strategic management concepts.*

Keywords: *VUCA, Strategic Management, Strategic Leadership.*

Abstrak: Pemahaman konsep manajemen stratejik bagi seorang pemimpin Kristen sangat penting bahkan dapat dikatakan termasuk diantara kompetensi utama dalam bidang kepemimpinan dan manajemen organisasi termasuk dalam kepemimpinan dan manajemen pelayanan gereja dan organisasi Kristen, yang harus dimiliki pemimpin terkait pengetahuan kepemimpinan karena akan mempengaruhi kehidupan pribadi juga kehidupan berorganisasinya. Metode dalam penelitian ini dilakukan secara studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana pemahaman konsep manajemen stratejik yang benar dapat membawa dampak bukan saja bagi pemimpin itu sendiri tetapi juga bagi orang dan organisasi di mana pemimpin memimpin. Paling tidak implikasi dari penelitian ini, adalah: Pertama, Kesiediaan untuk melatih diri berpikir stratejis. Kedua, Mempraktikan kepemimpinan stratejik dalam memimpin organisasi. Ketiga, Membagikan pemahaman konsep manajemen stratejik.

Kata Kunci: VUCA, Manajemen Stratejik, Kepemimpinan Stratejik

Pendahuluan

Setiap organisasi dihadapkan kepada dua jenis lingkungan, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Makin besar suatu organisasi, makin kompleks pula bentuk, jenis, dan sifat interaksi yang terjadi dalam menghadapi ke dua jenis lingkungan tersebut. Salah satu implikasi kompleksitas itu ialah proses pengambilan keputusan yang semakin sulit dan rumit. Untuk itulah diperlukan manajemen strategik. (Siagian, 2019, p. 1) Setiap organisasi juga pasti memiliki tujuan dasar organisasi, seperti: visi, misi, sasaran, target dan secara operasional sebagai strategi, taktik, rencana kerja dan peraturan, tatakerja, (Soemarsono, 2003, p. 19) senada dengan yang dinyatakan oleh Pdt. Dr. Robert P. Borrang (mantan Ketua Sekolah Tinggi Teologi Jakarta) bahwa: “Kebutuhan gereja-gereja untuk mengelola organisasi secara professional makin mendesak”, (Prodjowijono, 2008, p. ix) yang kesemuanya ini juga memerlukan peran pemimpin yang mampu mengelolanya dengan strategik. Era saat ini dan kedepan dikenal dengan istilah era disrupsi atau era VUCA.

Kondisi VUCA (*volatility, uncertainty, complexity, and ambiguity*) adalah keniscayaan, baik karena dipicu oleh perkembangan cepat teknologi maupun era pandemi selanjutnya sebagai dampak ketidakseimbangan ekologis yang semakin akut. Dalam kondisi ketidakpastian abadi, peran pemimpin menjadi semakin signifikan dan sentral, dan menjadi salah satu cara untuk menciptakan momen kejelasan dan fokus. (Setiadi & Sutanto, 2021, p. 22) Revolusi Industri 4.0 tidak hanya berpotensi luar biasa dalam merombak industri, tetapi juga mengubah berbagai aspek kehidupan manusia. (Kuncoro, 2020, p. 9) Revolusi industri ke-4 ditandai dengan revolusi digital. Dipicu oleh *mobile internet*, sensor yang lebih kecil dan cepat, serta murah, *artificial intelligence*, dan *machine learning*. Pada era ini salah satu inovasi utamanya adalah adanya pemanfaatan *Internet of Thing* (IoT) berbasis *Artificial Intelligence* (kecerdasan buatan), *Drone Operation Centrel*, hingga rencana pengembangan *virtual workers*. Perkembangan revolusi industri 4.0 membawa dampak besar bagi perkembangan dan kemajuan perekonomian dan peradaban sehingga perlu strategi untuk memaksimalkan potensi Revolusi Industri 4.0. (Kuncoro, 2020) Oleh karena itu, para pemimpin organisasi harus proaktif, mengantisipasi perubahan, dan melakukan penyempurnaan terus, bahkan bila perlu membuat perubahan strategi yang mendasar. (Kuncoro, 2020)

Sejalan dengan pemulihan kondisi nasional dan dunia dalam menghadapi dampak destruktif pandemic Covid-19, organisasi pun perlu mengembangkan strategi pemulihan secara integrasi dalam pemulihan dan rekondisi bisnisnya (Setiadi & Sutanto, 2021), hal ini berlaku juga bagi organisasi keagamaan dalam hal ini gereja dan organisasi pelayanan Kristen lainnya.

Penelitian sebelumnya meneliti dan menganalisis tentang strategi manajemen gereja yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan pemuda di gereja GBI Jengan Danum. Gereja memiliki kendala serta hambatan yang mampu mempengaruhi kinerja pelayanannya terutama dalam pelayanan pemuda. Hasilnya menyimpulkan bahwa: Pertama, Strategi manajemen gereja sangat dibutuhkan dalam gereja sehingga setiap kendala yang dihadapi dapat dilalui dengan cara yang tepat dan efektif. Kedua, Ketika gereja tidak memiliki suatu strategi khusus atau tindakan yang tepat, atau gereja tidak mampu memanajemen pengelolaan gereja dalam

pelayanannya maka misi gereja itu sendiri tidak dapat dicapai dengan maksimal, terlebih dalam pelayanan bagi pemuda yang harusnya peran pemuda memiliki keaktifan yang signifikan dalam pelayanan gereja itu sendiri. Ketiga, terdapat hasil yang positif mengenai strategi manajemen gereja dalam meningkatkan kualitas pelayanan pemuda, tanpa adanya strategi manajemen gereja dalam pelayanan maka gereja tidak dapat mengelola kinerjanya sendiri dengan tepat sehingga dapat mencapai tujuannya (LOHO, n.d.).

Penelitian lainnya menyatakan bahwa: prinsip-prinsip penting yang perlu dilakukan sebagai strategi optimalisasi kinerja kepemimpinan gereja lokal, seperti: Pertama, Strategi efektifitas kepemimpinan gereja lokal yang meliputi aspek pengembangan diri pemimpin, kaderisasi pemimpin berkelanjutan, pengembangan sistem komunikasi terpadu, pembentukan tim kerja yang solid, pelibatan komponen anggota jemaat. Kedua, Strategi optimalisasi efisiensi pendayagunaan sumber daya yang meliputi aspek efisiensi pendayagunaan sumber daya keuangan, efisiensi pendayagunaan fasilitas strategis, efisiensi pendayagunaan teknologi secara tepat guna, dan efisiensi pendayagunaan sistem informasi (Mawa, 2020).

Indonesia mulai memasuki era Industri 4.0. Persiapan sumber daya harus dimulai semenjak dini untuk menghadapi penerapan ini. Penerapan Industri 4.0 menyebabkan terjadinya perubahan dalam teknologi, cara berpikir, serta struktur sosial dan ekonomi yang signifikan. Perubahan tersebut dipastikan akan mempengaruhi gereja dalam tugas utamanya menjalankan misi Allah di Indonesia. Gereja harus mempersiapkan diri mulai dari sekarang dan tidak menunggu penerapan Industri 4.0 akan mempengaruhi gereja. Hasil penelitian menyatakan bahwa misi Allah tetap sama namun dengan strategi yang tepat sehingga dapat diterapkan dalam melakukan misi di era revolusi Industri 4.0.(Purnomo & Sanjaya, 2020)

Penelitian lainnya berupa analisis proses strategi manajemen keuangan yaitu perumusan strategi, mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman. Bentuk penerapan strategi keuangan dengan mengelola aset gereja di GKE Resort Tewah dengan membangun sarang burung walet dan blok pasar. Hasil dari strategi investasi dengan mengelola aset gereja dapat mendanai seluruh operasional gereja dan dapat menjadi gereja yang mandiri secara keuangan tanpa bergantung kepada persembahan jemaat.(Darnita & Triadi, 2022) Gereja yang sukses dalam melaksanakan tiga tugas panggilan gereja (*koinonia, marturia, diakonia*), bergerak secara dinamis berdasarkan perencanaan strategis. Perencanaan strategis dalam gereja jarang sekali dirumuskan sehingga gereja berdinamika tanpa perencanaan yang matang. Perencanaan strategis yang dirumuskan berorientasi pada individu jemaat sebagai gereja (Pangaribuan, 2014).

Penelitian lainnya menyatakan bahwa seorang pemimpin yang tidak paham manajemen tidak dapat memaksimalkan sumber daya yang ada untuk membantu pencapaian tujuan (Misahapsari & Stevanus, 2022). Penelitian lainnya adalah kesuksesan kepemimpinan Nehemia yang dapat memberikan pelayanan yang prima bagi berbagai pihak yang terkait dan dapat membawa organisasi berkenan bagi Allah. Dari Kitab Nehemia didapatkan delapan prinsip kepemimpinan yang digunakan bagi tata kelola organisasi Kristen, salah satunya adalah prinsip Strategi yang komprehensif.(Angin et al., 2022) Senada dengan hasil penelitian ini dinyatakan

bagaimana Nehemia adalah orang yang cepat bertindak, menerapkan manajemen stratejik guna mewujudkan rencananya setelah mendapatkan persetujuan raja. (White John, 1995, pp. 39–41) Berdasarkan penelitian terdahulu ini terdapat riset gap bahwa penyelenggaraan organisasi pelayanan baik gereja maupun organisasi Kristen yang tanpa menggunakan kepemimpinan manajemen stratejik akan sulit mencapai kesuksesan dan tercapainya tujuan organisasi.

Dari berbagai pernyataan di atas sudah seharusnya seorang pemimpin Kristen memahami dan menerapkan dengan baik konsep manajemen stratejik sebagai respon ketaatannya pada Alkitab. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang sudah dilakukan sehubungan dengan manajemen stratejik, disimpulkan bahwa pemaham konsep manajemen stratejik sangat penting sekali dalam kepemimpinan Kristen, Pemimpin Gereja dan Organisasi pelayanan Kristen, namun masih ada beberapa aspek penting yang belum dikaji secara khusus dan mendalam yaitu terkait dengan konsep dari manajemen stratejik itu sendiri dan kepemimpinan stratejik serta implikasinya bagi kepemimpinan Kristen di era VUCA dan gereja serta organisasi Kristen, untuk itulah penelitian ini dilakukan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan riset pustaka. (Hamzah, 2020) (Wijaya, 2020, p. 28) *Pertama*, dilakukan penjarangan permasalahan dan fenomena praktik manajemen dan kepemimpinan melalui jurnal penelitian maupun artikel dan buku teks. *Kedua*, dilakukan pengelompokan berbagai pandangan para ahli terkait manajemen stratejik dan kepemimpinan stratejik yang baik dan efektif itu. *Ketiga*, menjelaskan tahapan dan proses manajemen strategik sebagai satu ketrampilan sangat penting yang dikenal luas di berbagai organisasi laba dan nirlaba dalam pelaksanaan tata kelola organisasi yang baik dan efektif. *Keempat*, melakukan analisis tentang implikasi dari pemahaman konsep yang benar dari manajemen stratejik yang berdampak positif signifikan bagi kehidupan seorang pemimpin juga orang dipimpinnya maupun organisasi termasuk gereja. *Kelima*, Hasil analisis selanjutnya diuraikan secara deskriptif dan sistematis. (Zaluchu, 2020)

Hasil dan Pembahasan

Pengertian Manajemen Stratejik

Manajemen strategis adalah seni dan ilmu penyusunan, penerapan, dan pengevaluasian keputusan-keputusan (Setiadi & Sutanto, 2021). Manajemen stratejik terdiri dari analisis, keputusan, dan aksi yang diambil organisasi untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Kuncoro, 2020). Manajemen stratejik adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. (Siagian, 2019)

Manajemen strategis merupakan proses manajemen yang mencakup penyertaan organisasi dalam membuat rencana strategis dan kemudian bertindak berdasarkan rencana

tersebut (Stoner et al., 1996, p. 268). Pada hakikatnya, manajemen strategik adalah proses pengambilan keputusan dan tindakan yang mengarah pada pengembangan strategi yang efektif atau yang membantu perusahaan mencapai tujuannya (Rachmat, 2014, p. 16). Sedangkan menurut Faisal Afiff dan Iyus Wiadi menyatakan bahwa pada dasarnya, manajemen strategik adalah berkenaan dengan penentuan arah masa depan suatu organisasi dan pengimplementasian keputusan-keputusan yang telah dipilihnya untuk mencapai tujuan jangka panjang maupun jangka pendek organisasi tersebut.(Afiff & Wiadi, 2011, p. 177)

Arti manajemen strategi, diantaranya adalah: Pertama, Proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran dalam organisasi untuk mencapai tujuan. Kedua, Proses untuk selalu menempatkan posisi organisasi pada titik yang strategis sehingga di dalam perkembangan selanjutnya organisasi akan terus memperoleh prospek strategi. Ketiga, Mengintegrasikan antara perencanaan strategi dengan upaya yang bersifat selalu meningkatkan kualitas organisasi, efisiensi anggaran, optimalisasi penggunaan sumber daya organisasi, evaluasi program, pemantauan dan penilaian kinerja serta pelaporan kinerja. Keempat, Membicarakan hubungan antara organisasi dan lingkungannya dan memberi petunjuk bagaimana menghadapi serta menanggulangi perubahan sehingga organisasi tetap mampu mengendalikan arah perjalanan menuju sasaran yang dikehendaki (Sedarmayanti, 2018, pp. 3–4). Kelima, Suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi tersebut secara jangka panjang. Salah satu fokus kajiannya ingin memberikan dampak penerapan konsep strategis kepada perusahaan secara jangka panjang atau sustainable termasuk dari segi profit yang stabil. Profit yang stabil dipengaruhi oleh stabilitas penjualan yang terus mengalami pertumbuhan (*constant growth*) (Fahmi, 2017, p. 2).

Keenam, Manajemen strategik dapat didefinisikan sebagai seni dan sains dalam memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi dapat memperoleh tujuannya (David & David, 2019, p. 3). Ketujuh, Manajemen strategik berfokus pada pengintegrasian manajemen, pemasaran, keuangan dan akuntansi, produksi dan operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi untuk memperoleh kesuksesan organisasi (David & David, 2019). Kedelapan, Manajemen strategik adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut (Isniati & Fajriansyah, 2019, p. 2).

Kesembilan, Manajemen strategik adalah proses manajemen yang mencakup penyertaan organisasi dalam membuat rencana strategis yang kemudian bertindak berdasarkan rencana tersebut. Untuk mengimplementasikan strategi diperlukan administrasi tugas guba mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Faktor-faktor kunci pada tahap ini adalah proses “politik internal” organisasi dan reaksi individual yang dapat memaksa perbaikan strategi. Tugas akhir adalah pengendalian strategis, memberikan umpan balik kepada manajer mengenai

kemajuan yang dicapai. Umpan balik negative tentu saja dapat memicu siklus membuat rencana strategi baru (Wahjono et al., 2019, pp. 67–68).

Pemahaman Manajemen Strategik

Pernyataan yang sangat penting diungkapkan oleh ahli strategi safari dalam memahami strategik bahwa: "Kami adalah orang buta dan formasi strategi adalah gajah kami. Karena tidak ada yang memiliki penglihatan untuk melihat seluruh binatang itu, setiap orang telah memegang beberapa bagian atau lainnya dan "mencerca dengan ketidaktahuan" tentang sisanya. Pemimpin tentunya tidak mendapatkan seekor gajah dengan menjumlahkan bagian-bagiannya. Seekor gajah lebih dari itu. Padahal untuk memahami keseluruhan seorang pemimpin juga perlu memahami bagian-bagiannya (Mintzberg et al., 1998, p. 3).

Strategi merupakan bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya organisasi yang banyak merealisasikan. Di samping itu, strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun yang dihadapi organisasi. (Setiadi & Sutanto, 2021) Hal ini juga berlaku dalam kepemimpinan dan manajemen lingkungan organisasi kristiani.

Manajemen strategis berfokus pada proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi. Manajemen strategis mengombinasikan aktivitas-aktivitas dari berbagai bagian fungsional suatu bisnis untuk mencapai tujuan organisasi. Terdapat tiga tahapan dalam manajemen strategis, yaitu perumusan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi. Manajemen strategis merupakan aktivitas manajemen tertinggi yang biasanya disusun oleh dewan direksi dan dilaksanakan oleh CEO serta tim eksekutif organisasi tersebut. Manajemen strategis memberikan arahan menyeluruh untuk organisasi dan terkait erat dengan bidang perilaku organisasi (Setiadi & Sutanto, 2021).

Manajemen strategik dipandang sebagai sebuah seni dan ilmu karena menyanding seni dalam mengatur dan mengalokasikan sumber daya untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi. Ilmu digunakan untuk menganalisis, merencanakan, menyusun, menerapkan, dan mengevaluasi terhadap keputusan-keputusan yang telah ditetapkan oleh manajemen puncak. Manajemen strategik mengombinasikan aktivitas-aktivitas dari berbagai fungsi dalam ilmu bisnis agar lebih fokus terhadap hasil yang akan dicapai oleh perusahaan (Ramli & Kartini, 2022, p. 1).

Manajemen strategik membantu perusahaan atau organisasi memandang jauh ke depan kemudian merumuskan tujuan jangka panjangnya. Ini dilakukan dengan menganalisis lingkungan strategis internal dan eksternal yang meliputi kekuatan dan kelemahan diri serta peluang dan hambatan yang dihadapi untuk berhasil tiba di tujuan tersebut. Dengan menerapkan

manajemen stratejik, perusahaan atau organisasi akan memperoleh keunggulan kompetitif guna menaklukkan pesaing dan menguasai pasar. Secara teknis operasional manajemen stratejik memberi panduan kepada organisasi untuk bertahan dalam lingkungan yang terus berubah. Untuk itu, seluruh manajer dan karyawan harus terlibat dalam penerapan manajemen stratejik. Dengan begitu mereka dapat memahami dampak perubahan lingkungan sehingga lebih berkomitmen dan bersama-sama melakukan upaya yang sesuai dengan cara yang tepat pula sehingga pencapaian tujuan menjadi lebih efektif dan efisien (Gintings et al., 2021, p. 241).

Manajemen stratejik juga seringkali dikenal sebagai aktivitas manajemen puncak yang umumnya disusun oleh dewan direksi yang diawasi oleh dewan komisaris. Tujuan dari penyusunan rencana strategis adalah untuk memberikan arahan menyeluruh kepada seluruh jajaran perusahaan agar dapat melaksanakan tugas dan kewajiban berdasarkan strategi yang telah ditetapkan oleh manajemen puncak dari perusahaan tersebut. Rencana strategis merupakan penetapan strategi yang tidak baku dan dapat diubah berdasarkan pemantauan dari rencana yang telah diimplementasikan kemudian disesuaikan berdasarkan hasil pemantauan dan pengamatan (Ramli & Kartini, 2022).

Manajemen strategis berbicara tentang gambaran besar. Inti dari manajemen strategis adalah mengidentifikasi tujuan organisasi, sumber dayanya, dan bagaimana sumber daya yang ada tersebut dapat digunakan secara paling efektif untuk memenuhi tujuan strategis. Manajemen strategis di saat ini harus memberikan fondasi dasar atau pedoman untuk pengambilan keputusan dalam organisasi. Ini adalah proses yang berkesinambungan dan terus-menerus (Setiadi & Sutanto, 2021). Rencana strategis organisasi merupakan dokumen hidup yang selalu dikunjungi dan kembali dikunjungi. Bahkan mungkin sampai perlu dianggap sebagai suatu cairan karena sifatnya yang terus dimodifikasi. Seiring dengan adanya informasi baru telah tersedia, dia harus digunakan untuk membuat penyesuaian dan revisi (Setiadi & Sutanto, 2021).

Atribut kunci pada manajemen stratejik adalah: Pertama, Mengarahkan organisasi dalam mencapai tujuan dan sasarannya. Kedua, Melibatkan semua stakeholders dalam pengambilan keputusan. Ketiga, Membutuhkan penggabungan perspektif jangka pendek dan jangka panjang. Keempat, Menyadari trade-off antara efisiensi dan efektivitas (Kuncoro, 2020).

Tahapan Proses Manajemen Strategik

Untuk mencapai kriteria strategi yang efektif, menurut Wheelen and Hunger yang dikutip oleh Nugroho J. Setiadi dan Harry Sutanto juga menurut ahli manajemen strategi yaitu Dess dan Lumpkin; Coulter; Hitt, et.al; dan Pearce dan Robinson yang dikutip oleh Mudrajat Kuncoro, menyatakan bahwa manajemen stratejik dapat dilihat sebagai suatu proses yang meliputi sejumlah tahapan yang saling berkaitan dan berurutan. Tahapan utama proses manajemen strategi umumnya ada empat, yaitu: Pertama, Analisis lingkungan atau analisis situasi (*environmental scanning*) untuk menganalisis lingkungan (sosial, tugas, dan internal) yang melingkupi organisasi, dalam bentuk penelusuran hingga kepada inti permasalahannya, untuk mewaspadai dan memahami implikasi-implikasi dari perubahan dan selanjutnya mampu

bersaing secara lebih efektif. Meliputi deteksi dan evaluasi konteks organisasi, lingkungan eksternal dan internal organisasi. Kedua, Formulasi strategi (*strategic formulation*), yaitu menemukan cara untuk mencapai arah yang telah ditentukan dalam bentuk upaya-upaya analitis yang bergantung pada keputusan dan kreativitas eksekutif organisasi dan mencakup perumusan misi, tujuan, dan strategi, serta penetapan kebijakan organisasi. Mencakup desain dan pilihan strategi yang sesuai. Ketiga, Implementasi strategi (*strategic implementation*) atas rumusan strategi yang telah ditetapkan; mencakup penetapan program, perencanaan anggaran dan penetapan prosedur pelaksanaan, sebagai rancangan struktur dan pengelolaan sumber daya pada masing-masing lini fungsi serta kegiatan operasionalnya. Proses bagaimana melaksanakan strategi yang telah diformulasikan dengan tindakan nyata. Keempat, Evaluasi dan pengendalian atau kinerja (*evaluation and control*) sebagai kegiatan evaluasi dan pengendalian implementasi strategi dengan tolok ukur keberhasilan berupa: pengukuran kinerja organisasi; perbandingan hasil kinerja organisasi terhadap tujuan dan standar yang berlaku; dan tindakan nyata untuk menurunkan gap antara ekspektasi atau tujuan dan tingkat pencapaian. Proses mengevaluasi bagaimana strategi diimplementasikan dan sejauh mana memengaruhi kinerja (Setiadi & Sutanto, 2021) (Kuncoro, 2020) (Sedarmayanti, 2018).

Proses manajemen strategis adalah pendekatan rasional yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing melalui strategi yang kompetitif. Proses manajemen strategis terdiri dari tiga bagian: *strategic input*, *strategic action*, dan *strategic outcome* (Wandebori, 2019, pp. 36–37). Manajemen strategis menyediakan cara yang sistematis bagi manajer untuk menilai lingkungan tempat organisasi beroperasi, dan kemudian bertindak. Secara garis besar, ada dua fase yang terjadi, yaitu: Perencanaan strategis dan Implementasi strategi (Stoner et al., 1996).

Proses manajemen strategis meliputi empat elemen dasar, yaitu: *Pertama*, Pengamatan lingkungan. *Kedua*, Perumusan Strategi. *Ketiga*, Implementasi strategi. *Keempat*, Evaluasi dan pengendalian (Hunger & Wheelen, 2003, p. 9). Proses manajemen strategik (*strategic management process*) terdiri dari tiga tahap, yaitu: *Pertama*, Formulasi strategi. *Kedua*, Implementasi strategi. *Ketiga*, Evaluasi strategi (David & David, 2019). Formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi adalah aktivitas-aktivitas yang terjadi dalam tiga level hierarki organisasi yang besar: perusahaan, unit divisi atau strategis, dan fungsional (David & David, 2019).

Proses manajemen strategi melalui penilaian terus-menerus dan pemuktahiran sangat halus. Meskipun elemen dari model strategi dasar jarang berubah, penekanan relative yang diterima setiap elemen akan bervariasi dengan pengambil keputusan yang menggunakan model tersebut dan dengan lingkungan perusahaannya. Manajemen strategi merupakan seni dan ilmu penyusunan, penerapan, dan pengevaluasian keputusan lintas fungsional yang dapat memungkinkan suatu perusahaan mencapai sasarannya. Manajemen strategi merupakan proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi. Manajemen strategi mengombinasikan aktivitas dari berbagai bagian fungsional suatu bisnis untuk mencapai tujuan organisasi (Sedarmayanti, 2018).

Pada level korporasi, proses manajemen strategis meliputi aktivitas-aktivitas mulai dari pengamatan lingkungan sampai evaluasi kinerja. Manajemen mengamati lingkungan eksternal untuk melihat kesempatan dan ancaman dan mengamati lingkungan internal untuk melihat kekuatan dan kelemahan. Faktor-faktor yang paling penting untuk masa depan perusahaan disebut faktor-faktor strategis dan diringkas dengan singkatan S.W.O.T yang berarti *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (kesempatan), dan *Threats* (ancaman). Setelah mengidentifikasi faktor-faktor strategis, manajemen mengevaluasi interaksinya dan menentukan misi perusahaan yang sesuai. Langkah pertama dalam merumuskan strategi adalah pernyataan misi, yang berperan penting dalam menentukan tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Perusahaan mengimplementasikan strategi dan kebijakan tersebut melalui program, anggaran, dan prosedur. Akhirnya, evaluasi kinerja dan umpan balik untuk memastikan tepatnya pengendalian aktivitas perusahaan (Hunger & Wheelen, 2003).

Model manajemen strategik terdiri dari tujuh tahapan yang saling berkaitan, yaitu: Pertama, Menilai kekuatan-kekuatan, kelemahan-kelemahan, peluang-peluang dan ancaman-ancaman yang dihadapi organisasi. Kedua, Merumuskan misi organisasi. Ketiga, Merumuskan falsafah dan kebijakan organisasi. Keempat, Menentukan tujuan atau sasaran strategis. Kelima, Menentukan strategi organisasi. Keenam, Mengimplementasikan strategi organisasi. Ketujuh, Pengendalian strategi organisasi (Afiff & Wiadi, 2011).

Tujuan dan Manfaat Manajemen Statejik

Tujuan diterapkannya manajemen strategik adalah ditemukannya cara terbaik mencapai tujuan perusahaan atau organisasi. Dengan tercapainya tujuan tersebut, akan dipetik manfaat berupa peningkatan kinerja sebagaimana telah dibuktikan oleh berbagai penelitian. Pearce and Robinson, mengemukakan bahwa manfaat ini diperoleh karena: Pertama, Perumusan strategi meningkatkan kemampuan perusahaan mengatasi masalah karena para manajer akan terbantu oleh staf yang terlibat turut serta perencanaan dalam melaksanakan tanggungjawabnya dalam pemantauan dan peramalan kegiatan perusahaan. Kedua, Proses manajemen strategik yang melibatkan staf dalam diskusi menghasilkan keputusan-keputusan yang lebih baik. Interaksi yang terjadi dalam diskusi kelompok menghasilkan beragam strategi dengan ramalan masa depan yang didasarkan pada perspektif masing-masing anggota yang meningkatkan mutu penyaringan opsi-opsi strategi.

Ketiga, Keterlibatan staf dan karyawan dalam merumuskan strategi meningkatkan pengertian mereka tentang hubungan penghargaan dengan produktivitas dalam setiap rencana strategik. Ini berdampak kepada meningkatnya motivasi mereka. Keempat, Gap dan keteringgalan dalam pelaksanaan kegiatan diantara individu dan antar kelompok ditekan karena keterlibatan dalam merumuskan strategi disesuaikan dengan perbedaan peran masing-masing. Kelima, Penolakan terhadap perubahan ditekan. Sekalipun keputusan pribadi lebih disukai daripada keputusan atasan, akan tetapi dengan memahami keterbatasan opsi yang tersedia akan membuat mereka menerima keputusan-keputusan yang ditetapkan (Gintings et al., 2021). Keenam, Manajemen strategik digunakan untuk perencanaan kinerja jangka panjang.

Banyak perusahaan berhasil mengelola kinerjanya yang tinggi dalam jangka pendek namun hanya sedikit perusahaan yang dapat mempertahankan kinerjanya dalam jangka waktu yang lebih panjang. Untuk menjadi sukses dalam jangka panjang, perusahaan tidak hanya harus melakukan aktivitas untuk saat ini yang dapat memenuhi pasar yang ada, tetapi juga perusahaan harus mampu menyesuaikan aktivitas baru yang dapat memuaskan pasar yang baru dan terus melakukan perubahan (Ramli & Kartini, 2022)

Komponen Proses Manajemen Strategi

Manajemen strategi sebagai proses berorientasi masa depan yang memungkinkan organisasi membuat keputusan hari ini untuk memposisikan diri guna kesuksesan di masa mendatang. Pemantauan lingkungan harus mencakup internal dan eksternal. Tiga tingkatan strategi dibuat dalam organisasi lebih besar, meliputi strategi perusahaan, bisnis, dan fungsional (operasional). Semua strategi ini harus berkaitan untuk memastikan bahwa organisasi bergerak kearah yang menyatu. Data dari pemantauan lingkungan kemudian digunakan untuk membuat rencana strategi bagi organisasi yang kemudian dilaksanakan. Tahap implementasi melibatkan hampir semua anggota organisasi. Komponen terakhir dari manajemen strategi adalah evaluasi dan pemantauan kemajuan perusahaan kearah sasaran strateginya (Sedarmayanti, 2018).

Terdiri dari: Pertama, Misi perusahaan. Kedua, Analisis Internal. Ketiga, Lingkungan eksternal. Keempat, Analisis dan pilihan strategi. Kelima, Tujuan jangka panjang. Keenam, Strategi umum dan strategi utama. Ketujuh, Tujuan jangka pendek. Kedelapan, Taktik fungsional. Kesembilan, Kebijakan yang memberdayakan tindakan. Kesepuluh, Struktur organisasi, kepemimpinan dan kebudayaan. Kesebelas, Pengendalian strategi, inovasi dan kewirausahaan (Sedarmayanti, 2018).

Ciri Manajemen Statejik

Terdapat beberapa ciri yang menggambarkan manajemen stratejik, yaitu: *Pertama*, Dirancang dan dilaksanakan untuk mencapai tujuan jangka panjang, oleh sebab itu menggunakan kata kunci stratejik. *Kedua*, Manajemen stratejik menjembatani dan memfasilitasi perusahaan atau organisasi untuk berangkat dari posisinya saat ini menuju posisi masa depan yang dicita-citakan atau visinya. *Ketiga*, Tujuan jangka panjang dicapai dengan memanfaatkan fungsi-fungsi perusahaan atau organisasi dengan merujuk kepada dinamika lingkungan eksternal dan internal yang relevan dengan visi dan misinya. *Keempat*, Sebagai upaya menumbuhkembangkan kemampuan perusahaan atau organisasi untuk memenangkan persaingan bisnis (Gintings et al., 2021).

Kepemimpinan Stratejik (Strategic Leadership)

Strategic leadership adalah kemampuan pemimpin untuk mengantisipasi masa depan, *envision*, mengelola fleksibilitas, *empower* anggota organisasi untuk menciptakan dan menjalankan perubahan strategis yang dihadapi organisasi (Wibowo, 2020, p. 231).

Kepemimpinan adalah proses seseorang memengaruhi orang-orang lain untuk melakukan sesuatu atau banyak hal mencapai tujuan organisasi dengan cara menginspirasi, memotivasi, dan mengarahkan. Orang mampu memengaruhi orang lain itu disebut pemimpin. Ketika pemimpin efektif, pengaruhnya terhadap orang lain akan membantu grup atau organisasi mencapai tujuannya. Sebaliknya, bila pemimpin tidak efektif, pengaruhnya tidak menyumbang atau bahkan merusak upaya pencapaian tujuan yang telah terbina sebelumnya (Wahjono et al., 2019).

Seorang pemimpin memang diajarkan untuk memiliki konsep dan kebijakan strategik dengan begitu aplikasi dari konsep nantinya juga akan memiliki makna dan nilai strategik. (Fahmi, 2017) Kepemimpinan strategik pada era kompetitif sekarang ini ada sangat dibutuhkan karena beberapa alasan yang mendasari, yaitu: *Pertama*, Persaingan yang semakin tinggi membutuhkan keputusan yang memiliki kekuatan strategis. *Kedua*, Pergerakan ekspansi bisnis terjadi dan dilakukan oleh seluruh sector bisnis, sehingga setiap perusahaan berusaha untuk dapat unggul dan kompetitif. *Ketiga*, Konsumen merupakan mereka yang memberi keputusan dalam memutuskan suatu produk diterima dan tidak diterima. *Keempat*, Dunia saat ini berlaku konsep borderless holders, yaitu dunia tanpa batas artinya setiap orang dapat mengakses informasi dapat diperoleh tanpa ada penghalang (*direct information*). *Kelima*, Perkembangan dan sumbangan devisa dari sumber bisnis kepada Negara dianggap sangat besar dalam bentuk tax yang dibayarkan hingga pembukaan lapangan pekerjaan yang bisa mengurangi angka pengangguran (Fahmi, 2017).

Kepemimpinan strategik tidak secara alami terdapat di dalam diri seorang pemimpin, melainkan kepemimpinan strategik itu harus dipelajari sehingga seorang pemimpin menjadi pemimpin strategik. Seorang pemimpin juga harus mampu untuk mendidik dirinya menjadi seorang pemimpin strategik. Seorang pemimpin strategis merupakan seorang pemimpin yang dapat berpikir secara strategik, berkomunikasi dengan baik, bekerja sama dengan orang lain untuk melakukan perubahan, dan menciptakan masa depan yang lebih baik untuk perusahaan. Pemimpin strategik juga bertanggung jawab terhadap perubahan dalam strategik organisasi. Pemimpin strategik itu tidak hanya ditujukan kepada seorang CEO atau Direktur Utama sebuah institusi atau organisasi, tetapi juga pemimpin di tingkat unit bisnis dan fungsional yang memiliki kekuasaan terhadap bawahannya. (Ramli & Kartini, 2022)

Menurut Hitt yang dikutip oleh Ramli dan Kartini menyatakan bahwa kepemimpinan strategik yang efektif adalah kepemimpinan yang mampu menerapkan proses manajemen strategik secara sempurna melalui pembentukan visi dan misi organisasi. Kepemimpinan strategik yang efektif merupakan sebuah proses dasar di mana proses manajemen strategik tersebut dapat diterapkan dengan baik dan sempurna. Pemimpin strategik dapat menggunakan dasar dari pembentukan visi dan misi sebuah organisasi untuk memformulasi dan mengimplementasi sebuah strategik yang akan diterapkan oleh organisasi. Panduan strategik yang telah ditetapkan oleh manajemen puncak akan digunakan sebagai landasan oleh pemimpin strategik untuk menghasilkan cara yang tepat untuk melibatkan semua tenaga kerja di sebuah organisasi untuk mewujudkan tercapainya tujuan dan meningkatkan kinerja organisasi. Pemimpin strategik ini memiliki kemampuan untuk mendorong dan menerobos pemikiran-

pemikiran yang akan menghasilkan inovasi-inovasi untuk mengembangkan kompetitif stratejik sebuah organisasi.(Ramli & Kartini, 2022)

Secara umum, kepemimpinan stratejik memiliki kemampuan untuk menciptakan lingkungan yang baik untuk para pekerja dan dapat memberikan hasil kinerja yang maksimal kepada organisasi. Kepemimpinan stratejik memiliki sedikitnya lima kriteria, yaitu: *Pertama*, Memiliki pandangan ke depan. *Kedua*, Membina hubungan baik dengan semua pihak. *Ketiga*, Mengelola sumber daya organisasi. *Keempat*, Menggerakkan seluruh sumber daya untuk mencapai tujuan. *Kelima*, Menerapkan pengawasan dan perbaikan.(Ramli & Kartini, 2022)

Karakteristik Kepemimpinan Stratejik

Menurut W.G. Rowe "*Creating Wealth in Organizations: The Role of Strategic Leadership*". *Academy of Management Executive*, Tahun 2001 yang dikutip oleh Amin Wibowo ciri dari kepemimpinan stratejik adalah: *Pertama*, Kombinasi sinergitas dari kepemimpinan manajerial dan visioner. *Kedua*, Menekankan (*emphasis*) pada perilaku etis dan keputusan *value-based*. *Ketiga*, Mengawasi tanggung jawab operasi sehari-hari dan tanggung jawab strategis jangka panjang. *Keempat*, Merumuskan dan menerapkan strategi untuk dampak langsung dan pelestarian tujuan jangka panjang guna meningkatkan kelangsungan hidup, pertumbuhan, dan kelangsungan hidup jangka panjang organisasi. *Kelima*, Memiliki harapan yang kuat dan positif dari kinerja yang diperolehnya dari atasan, rekan kerja, bawahan, dan dirinya sendiri. *Keenam*, Menggunakan kontrol strategis dan kontrol keuangan, dengan penekanan pada kontrol strategis. *Ketujuh*, Menggunakan, dan mempertukarkan, pengetahuan tacit dan eksplisit pada tingkat individu dan organisasi. *Kedelapan*, Menggunakan pola berpikir linier dan nonlinier. *Kesembilan*, Percaya pada pilihan strategis, yaitu pilihannya membuat perbedaan dalam organisasi dan lingkungannya.(Wibowo, 2020)

Dalam suatu organisasi fungsi dan peran pemimpin dalam mendorong pembentukan organisasi yang diharapkan menjadi dominan. Pada era globalisasi kepemimpinan yang dibutuhkan adalah yang memiliki nilai kompetensi yang tinggi, dan kompetensi itu bisa diperoleh jika pemimpin tersebut telah memiliki *experience* (pengalaman) dan *science* (ilmu pengetahuan) yang maksimal.(Fahmi, 2017)

Salah satu syarat seorang pemimpin yang baik adalah memahami sepuluh human relations dengan baik. Dengan tujuan agar pemimpin tersebut mampu memahami dan menempatkan dirinya, bawahan, dan organisasi secara satu kesatuan yang terkelola secara baik dan berkesinambungan, yaitu: *Pertama*, Adanya sinkronisasi antara tujuan organisasi dengan tujuan pribadi para anggota organisasi yang bersangkutan. *Kedua*, Suasana dan iklim kerja yang menyenangkan dan penuh persahabatan. *Ketiga*, Informalitas yang dipadu secara baik dengan formalitas dalam interaksi antara pimpinan dan bawahan. *Keempat*, Tidak memperlakukan manusia sama dengan mesin. *Kelima*, Pengembangan kemampuan bawahan sampai ke tingkat yang maksimal. *Keenam*, Pekerjaan yang menarik dan penuh tantangan, bukan yang bersifat rutin. *Ketujuh*, Pengakuan dan penghargaan atas pelaksanaan tugas dengan baik. *Kedelapan*, Sarana dan prasarana kerja yang memadai. *Kesembilan*, Penempatan yang tepat berdasarkan

keahlian, keterampilan dan pengalaman seseorang. *Kesepuluh*, Balas jasa yang setimpal dengan jasa yang diberikan yang sekaligus dapat menjamin taraf hidup yang wajar (Fahmi, 2017).

Menurut Thomson dan Strickland, membuat strategi atau proses implementasi strategi mengandung lima tugas manjerial yang saling berkaitan, yaitu: Pertama, Mengartikulasikan visi strategik dan misi bisnis. Kedua, Merumuskan tujuan yang merupakan konversi visi strategik menjadi kinerja spesifik yang harus dicapai oleh perusahaan. Ketiga, Menyusun strategi untuk mencapai *outcome* yang dikehendaki. Keempat, Implementasi dan eksekusi strategi. *Kelima*, Evaluasi dan monitoring kinerja dan *inisiasi corrective adjustment* terhadap arah perusahaan jangka panjang, tujuan, strategi atau eksekusi dan implementasi strategi (Sampurno, 2011, p. 12).

Sedarmayanti mengutip apa yang dinyatakan oleh Ruth L. Williams dan Joseph P. Cothrel, "*Building Tomorrow's Leaders Today*", *Strategy and Leadership*, Emerald Group Publishing Limited, 26 Oktober 1997, bahwa: Kebutuhan kepemimpinan organisasi adalah kemampuan untuk: Membangun kepercayaan, Membangun antusiasme, Bekerja sama, Menyerahkan hasil, Membentuk jaringan, Memengaruhi yang lain, Menggunakan informasi. Sehingga Kompetensi yang dibutuhkan dari pemimpin bisnis adalah: Pertama, Keahlian bisnis. Kedua, Kreativitas. Ketiga, Keefektifan lintas budaya, Kelima, Empati. Keenam, Fleksibilitas. Ketujuh, Proaktif. Kedelapan, Penyelesaian masalah. Kesembilan, Pembangunan hubungan. Kesepuluh, Kerja sama tim. Kesebelas, Visi (Sedarmayanti, 2018).

Implikasi Bagi Pemimpin Kristen

Kesediaan Untuk Melatih Diri Berpikir Strategis

Setiap momen penting dalam sejarah yang mengubah dunia menjadi lebih baik selalu melibatkan kepemimpinan yang efektif. (Sendjaya, 2021, p. 15) Peneliti Kristen George Barna menyimpulkan hasil studinya selama 15 tahun tentang kehidupan gereja secara global dengan konklusi bahwa: "Gereja telah kehilangan pengaruhnya karena absennya kepemimpinan yang efektif". (Sendjaya, 2004, p. 17) Kepemimpinan yang efektif adalah kepemimpinan yang berpikir strategik. Kepemimpinan strategik sangatlah penting bukan saja bagi organisasi umum tetapi juga bagi organisasi gereja dan pelayanan Kristen. Sejarah berulang kali menunjukkan bawa pemimpin yang paling tangguh sekalipun rentan mengalami penyimpangan dan kegagalan. Bagi seseorang yang menduduki posisi-posisi kepemimpinan, risiko diserang oleh godaan kekuasaan, kesombongan, popularitas, kenikmatan, dan lainnya akan selalu ada (Sendjaya, 2021) sehingga berpikir strategis dapat berdampak besar bagi kehidupan dan kepemimpinannya.

Berpikir strategis sangat erat kaitannya dengan kesediaan untuk melatih diri membiasakan melihat persoalan dari berbagai sudut pandang. Beberapa keterampilan yang diperlukan untuk mampu berpikir strategis, yaitu melihat gambaran besar, menginisiasi ide-ide inovatif, konsep kompleksitas, mengetahui pertanyaan yang tepat untuk bertanya, berpikir secara horizontal dan secara bersamaan mengetahui kapan untuk mengajukan pertanyaan

pencarian, mengintegrasikan konsep-konsep namun berbeda, menerapkan pemikiran lateral pada situasi yang berbeda, menantang proses saat ini, praktik dan strategi, serta menggali pendekatan alternatif, solusi, atau metode.(Setiadi & Sutanto, 2021)

Organisasi yang sehat termasuk gereja yang sehat, memerlukan pemimpin yang sehat. Pemimpin Kristen agar terus sehat harus memiliki rasa lapar yang konsisten akan pertumbuhan pribadi baik terhadap pengetahuan maupun utamanya pada kepatuhan yang kuat terhadap kebenaran Firman Tuhan.(Macchia, 2016, p. 4)

Mempraktikkan Kepemimpinan Strategik Dalam Memimpin Organisasi

Kepemimpinan yang berhasil di era VUCA saat ini adalah kepemimpinan strategik. Pemimpin Kristen harus siap menghadapi era disrupsi saat ini dan masa mendatang. Salah satu keteladanan yang dapat diikuti oleh pemimpin Kristen adalah dengan belajar dari kisah kepemimpinan Nehemia yang merupakan *role model* dari seorang pemimpin yang kepemimpinannya dalam organisasi pekerjaan yaitu profesional dan pemerintahan juga dalam organisasi keagamaan atau spiritual sangat berhasil sebagai mana dikisahkan dalam pembangunan tembok Yerusalem, di mana Nehemia (lihat Alkitab Perjanjian Lama, Nehemia Pasal 1-13) dinyatakan bagaimana situasinya sangat kompleks, banyak ancaman baik dari dalam maupun dari luar namun akhirnya Nehemia berhasil mewujudkan visi yang didapatnya karena salah satunya Nehemia menerapkan prinsip kepemimpinan yang strategik, diantaranya Nehemia dengan cermat merealisasikan visi ke dalam perencanaan masa depan yang akan datang secara detail, mengerahkan tenaga kerja yang besar, membagi proyek pekerjaan masal yang sangat besar itu ke dalam unit-unit yang mudah ditangani.(Angin & Yeniretnowati, 2022) (White John, 1995)

Era disrupsi yang berlangsung saat ini yang ditandai dengan lahirnya berbagai inovasi dan teknologi baru tidak dapat dihindari oleh semua orang, organisasi dan gereja. Era disrupsi akan berpengaruh kepada iman Kristen, sehingga sikap, kebijakan serta budaya yang diambil oleh orang percaya yang beriman Kristen terhadap pengaruh yang ditimbulkan oleh era disrupsi ini sangat menentukan keberlangsungan iman Kristen-nya apakah akan kokoh terus berkembang atau akan mati total (Angin & Yeniretnowati, 2020). Sehingga guna mengatasi pengaruh dari era disrupsi era VUCA yang dihadapi oleh orang percaya, gereja, organisasi pelayanan Kristen maka diperlukan praktik nyata dari konsep kepemimpinan strategik yang mampu melihat jauh ke depan dan mampu merumuskan visi, misi, kebijakan, dan strategi yang tepat dan melaksanakannya dengan penuh komitmen dan konsistensi.

Mensharingkan Pemahaman Konsep Manajemen Strategik

Para pemimpin organisasi termasuk pemimpin gereja khususnya harus mampu mendorong anggota yang dipimpinnya untuk melakukan “*sharing knowledge*” secara efektif agar menghasilkan inovasi yang memberi nilai tambah kepada semua pihak (Budihardjo, 2016, p. 165), termasuk dalam hal ini adalah bagaimana mensharingkan pengetahuan pemimpin akan

konsep manajemen strategik dalam pelayanan Kristen apakah gereja maupun organisasi *para church*.

Manajemen pengetahuan (*knowledge management*) dapat berupa *Self transcending*, *Tacit* (*Implicit*), dan *Explicit* (Budihardjo, 2016), sehingga setiap pemimpin harus mampu membagikan dan mewariskan pemahaman dan praktik manajemen strategik yang diperankannya baik dalam pelayanan gereja maupun pelayanan organisasi Kristen lainnya agar menjamin terjadinya keberlangsungan atau sustainabilitas organisasi serta pengetahuan dan keterampilan manajemen strategiknya dalam bentuk dokumentasi dan transfer ilmu dan teknik secara langsung kepada generasi penerusnya.

Kesimpulan

Pemahaman konsep manajemen strategik bagi setiap pemimpin Kristen dan Pemimpin Gereja hal yang utama dan penting baik bagi hidupnya maupun dalam organisasi yang dipimpinnya. Kesadaran pentingnya pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen strategik mulai dari perencanaan, pelaksanaan, monitoring evaluasi, dan perbaikan serta tindak lanjut yang dimiliki oleh pemimpin Kristen membawa dampak yang sangat berarti bagi pengembangan dan keberlangsungan kehidupan organisasi termasuk organisasi gereja serta kehidupan pemimpin itu sendiri.

Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana pemahaman konsep manajemen strtejik yang benar dapat membawa kemajuan bagi setiap pemimpin Kristen dan organisasi Kristen, yaitu: Paling tidak implikasi dari penelitian ini, adalah: *Pertama*, Kesiadaan untuk melatih diri berpikir strategis. *Kedua*, Mempraktikan kepemimpinan strategik dalam memimpin organisasi. *Ketiga*, Mensharingkan pemahaman konsep manajemen strategik.

Referensi

- Afiff, F., & Wiadi, I. (2011). *Meretas Pemikiran Strategik Pemecahan Masalah di Indonesia Melalui Teropong Ekonomi Politik Psikologi* (A. Gunarsa (ed.); 1st ed.). Refika Aditama.
- Angin, Y. H. P., Arifianto, Y. A., & Yeniretnowati, T. A. (2022). Studi Teologis Kepemimpinan Nehemia Berdasarkan Kitab Nehemia. *DIDASKO: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen*, 2(2), 94–111.
- Angin, Y. H. P., & Yeniretnowati, T. A. (2020). Ketahanan Iman Kristen di Tengah Era Disrupsi. *Jurnal Teologi*, 1(1), 80–97.
- Angin, Y. H. P., & Yeniretnowati, T. A. (2022). Model Penjaminan Mutu Nehemia Sebagai Standar Sistem Manajemen Mutu Penyelenggaraan Pendidikan Kristen. *Excelsis Deo: Jurnal Teologi, Misiologi, Dan Pendidikan*, 6(1), 13–28.
- Budihardjo, A. (2016). *Knowledge Management Efektif Berinovasi Meraih Sukses* (1st ed.). Prasetiya Mulya Publishing.
- Darnita, C. D., & Triadi, D. (2022). Strategi Manajemen Keuangan Gereja Kalimantan Evangelis Dalam Bentuk Badan Usaha. *Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity*

- (JIREH), 4(2), 152–164.
- David, F. R., & David, F. R. (2019). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Fahmi, I. (2017). *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi* (H. M. Yunus (ed.); 4th ed.). Alfabeta.
- Gintings, A., Kusuma, A. N., Fatoni, N., & Suherna, H. (2021). *ESENSI PRAKTIS MANAJEMEN* (1st ed.). Media Jaya Abadi.
- Hamzah, A. (2020). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Literasi Nusantara.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2003). *Manajemen Strategis* (Bahasa Ind). ANDI.
- Isnati, & Fajriansyah, M. R. (2019). *Manajemen Strategik Intisari Konsep dan Teori* (1st ed.). ANDI.
- Kuncoro, M. (2020). *Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif Di Era Industri 4.0* (1st ed.). ANDI.
- LOHO, V. I. E. (n.d.). *Strategi Manajemen Gereja Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pemuda Di Gereja Gbi Jengan Danum, Kutai Barat, Kalimantan Timur*.
- Macchia, S. A. (2016). *Becoming A Healthy Church* (2016 (ed.); 1st ed.).
- Mawa, W. O. (2020). Strategi Optimalisasi Kinerja Kepemimpinan Gereja Lokal. *Integritas: Jurnal Teologi*, 2(1), 77–94.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (1998). *Strategy Safari A Guided Tourthrough The Wilds of Strategic Management* (1st ed.). THR FREE PRESS.
- Misahapsari, C. R., & Stevanus, K. (2022). Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Di Gereja. *Jurnal Teologi Berita Hidup*, 5(1), 162–180.
- Pangaribuan, W. (2014). Manajemen Strategis Gereja yang Sukses. *GENERASI KAMPUS*, 7(2).
- Prodjowijono, S. (2008). *Manajemen Gereja Sebuah Alternatif* (1st ed.). BPK Gunung Mulia.
- Purnomo, A., & Sanjaya, Y. (2020). Tantangan dan Strategi Gereja Menjalankan Misi Allah dalam Menghadapi Penerapan Industri 4.0 di Indonesia. *DIEGESIS: Jurnal Teologi Kharismatika*, 3(2), 91–106.
- Rachmat, H. (2014). *Manajemen Strategik* (1st ed.). Pustaka Setia.
- Ramli, Y., & Kartini, D. (2022). *Manajemen Strategik dan Bisnis* (Tarmizi & V. R. Ananda (eds.); 1st ed.). Bumi Aksara.
- Sampurno. (2011). *Manajemen Strategik: Menciptakan Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan* (2nd ed.). Gadjah Mada University Press.
- Sedarmayanti. (2018). *Manajemen Strategi* (3rd ed.). Refika Aditama.
- Sendjaya. (2004). *Kepemimpinan Kristen* (1st ed.). Kairos.
- Sendjaya, S. (2021). *Leadership Reformed (Reformasi Kepemimpinan) Mengapa Pemimpin Membutuhkan Injil untuk Mengubah Dunia* (1st ed.). Literatur Perkantas Jawa Timur.
- Setiadi, N. J., & Sutanto, H. (2021). *Business Recovery Strategy Strategi Komprehensif Dalam Pemulihan Bisnis Pascakrisis* (1st ed.). Prenada.
- Siagian, S. P. (2019). *Manajemen Strategik* (13th ed.). Bumi Aksara.
- Soemarsono, H. (2003). *Manajemen Plus* (1st ed.). Lembaga Literatur Baptis.
- Stoner, J. A. F., Freeman, R. edward, & JR., D. R. G. (1996). *Manajemen* (Jilid 1). prenhallindo.
- Wahjono, S. I., Marina, A., Wardhana, A., & Darmawan, A. (2019). *Pengantar Manajemen*

- (1st ed.). Rajawali Pers.
- Wandebori, H. (2019). *Manajemen Strategi dalam Perspektif Indonesia: Konsep dan Studi Kasus* (F. Anugrah (ed.); 1st ed.). ITB Press.
- White John. (1995). *Kepemimpinan Yang Handal* (2nd ed.). Yayasan Kalam Hidup.
- Wibowo, A. (2020). *Corporate Strategy Konsep & Praktik* (1st ed.). ANDI.
- Wijaya, H. (2020). Metode-Metode Penelitian Dalam Penulisan Jurnal Ilmiah Elektronik. In S. E. Zaluchu (Ed.), *Strategi Menulis Jurnal Untuk Ilmu Teologi* (1st ed., pp. 23–42). Golden Gate Publishing Semarang.
- Zaluchu, S. E. (2020). Struktur Artikel untuk Jurnal Ilmiah dan Teknik Penulisannya. In S. E. Zaluchu (Ed.), *Strategi Menulis Jurnal Untuk Ilmu Teologi* (1st ed., pp. 1–21). Golden Gate Publishing Semarang.