

10 Aliran Pemikiran Strategi Mintzberg

Rudy C Tarumingkeng



Rudy C Tarumingkeng: Sepuluh Aliran Strategi Pemikiran
Mintzberg

Oleh:

[Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD](#)

Guru Besar Manajemen, NUP: 9903252922

Rektor, Universitas Cenderawasih, Papua (1978-1988)

Rektor, Universitas Kristen Krida Wacana, Jakarta (1991-2000)

Ketua Dewan Guru Besar IPB-University, Bogor (2005-2006)

Ketua Senat Akademik IBM-ASMI, Jakarta

© RUDYCT e-PRESS

rudyc75@gmail.com

Bogor, Indonesia

8 Agustus 2025

Sepuluh Aliran Strategi Pemikiran Mintzberg

Penjelasan tentang **Mintzberg's Ten Schools of Thought on Strategy**, dengan gaya formal–akademik, dilengkapi narasi, contoh kasus, kelebihan–kelemahan, dan relevansinya di dunia modern.

Struktur penjelasan yang akan saya pakai adalah:

1. **Pendahuluan** – Latar belakang teori Mintzberg dan konteks pengembangan sepuluh aliran pemikiran strategi.
2. **Gambaran Umum 10 Schools of Thought** – Klasifikasi menjadi *prescriptive schools* dan *descriptive schools*.
3. **Penjelasan Mendalam per Sekolah**
 - Definisi, karakteristik utama, proses formulasi strategi.
 - Contoh penerapan dalam bisnis/organisasi.
 - Kelebihan dan kelemahan.
4. **Analisis Perbandingan antar-Sekolah** – Bagaimana perbedaan paradigma memengaruhi pengambilan keputusan strategis.
5. **Relevansi dalam Konteks Kontemporer** – Termasuk era AI, digitalisasi, dan disrupsi industri.
6. **Penutup** – Sintesis dan rekomendasi.

Penjelasan tentang **Mintzberg's Ten Schools of Thought on Strategy** lengkap dengan tabel ringkasan, uraian naratif akademik, contoh kasus, kelebihan–kelemahan, analisis perbandingan, dan relevansi modern.

Mintzberg's Ten Schools of Thought on Strategy

Pendahuluan

Henry Mintzberg, seorang profesor manajemen terkenal dari McGill University, memperkenalkan konsep **Sepuluh Aliran Pemikiran Strategi** (*Ten Schools of Thought on Strategy*) sebagai cara untuk mengklasifikasikan berbagai pandangan dan pendekatan dalam perumusan strategi organisasi.

Teori ini lahir dari pengamatannya bahwa strategi tidak hanya lahir dari *planning* formal, melainkan juga dari proses pembelajaran, adaptasi, bahkan intuisi pemimpin.

Mintzberg mengelompokkan 10 aliran ini menjadi dua kategori besar:

1. **Prescriptive Schools** (lebih menekankan *how strategy should be formulated*, normatif)
 - Design School
 - Planning School
 - Positioning School
2. **Descriptive Schools** (lebih menekankan *how strategy actually forms in practice*, deskriptif/empiris)
 - Entrepreneurial School
 - Cognitive School
 - Learning School
 - Power School
 - Cultural School

- Environmental School
- Configuration School

Pendekatan ini mengajarkan bahwa **tidak ada satu model tunggal yang “sempurna”** untuk semua organisasi. Konteks, lingkungan, budaya, dan fase siklus hidup organisasi sangat menentukan mana pendekatan yang lebih efektif.

Tabel Ringkasan 10 Aliran Pemikiran Strategi Mintzberg

No	School of Thought	Kategori	Fokus Utama	Metode/Formulasi Strategi	Contoh Kasus
1	Design School	Prescriptive	Kesesuaian internal-eksternal	Analisis SWOT, formulasi oleh manajemen senior	IKEA merancang strategi berbasis kesesuaian kapabilitas internal & pasar global
2	Planning School	Prescriptive	Perencanaan formal	Proses langkah-demi-langkah, forecasting, target jangka panjang	Pemerintah Singapura dalam <i>Smart Nation Masterplan</i>
3	Positioning School	Prescriptive	Posisi kompetitif di pasar	Analisis industri (Porter's Five Forces), <i>generic strategies</i>	Samsung bersaing dengan Apple lewat diferensiasi teknologi
4	Entrepreneurial School	Descriptive	Visi pemimpin	Strategi berbasis visi pribadi dan intuisi pemimpin	Elon Musk dengan SpaceX & Tesla

No	School of Thought	Kategori	Fokus Utama	Metode/Formulasi Strategi	Contoh Kasus
5	Cognitive School	Descriptive	Proses mental dan kognitif	Analisis persepsi, pola pikir, <i>mental model</i>	Steve Jobs memandang produk sebagai karya seni fungsional
6	Learning School	Descriptive	Proses pembelajaran	Strategi berkembang dari pengalaman dan adaptasi	Toyota Production System (Kaizen)
7	Power School	Descriptive	Kekuatan politik & negosiasi	Strategi lahir dari pertarungan kepentingan internal/eksternal	Lobi industri farmasi di AS
8	Cultural School	Descriptive	Nilai dan norma budaya	Strategi mengikuti budaya organisasi	Zappos dengan budaya <i>customer happiness</i>
9	Environmental School	Descriptive	Respons terhadap lingkungan	Strategi sebagai adaptasi terhadap tekanan eksternal	Industri pariwisata Bali pasca-COVID-19
10	Configuration School	Descriptive	Transformasi & siklus	Perubahan strategi sesuai fase siklus hidup organisasi	IBM dari hardware ke jasa konsultasi & cloud

Bagian I: Prescriptive Schools

1. Design School

Konsep Utama:

Strategi dirancang sebagai proses pencocokan (*fit*) antara **kapabilitas internal** dan **peluang eksternal**. Dasarnya adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).

Karakteristik:

- Formulasi strategi terpusat pada manajemen puncak.
- Pendekatan sederhana, konseptual, dan langsung.
- Strategi dianggap sebagai rancangan sadar (*deliberate plan*).

Contoh Kasus:

IKEA menggunakan *design school thinking* dengan menyesuaikan kekuatan internal (kemampuan desain, rantai pasok global) dengan tren eksternal (permintaan furnitur terjangkau dan modern).

Kelebihan:

- Sederhana dan mudah dipahami.
- Memudahkan komunikasi strategi.
- Cocok untuk organisasi yang stabil.

Kelemahan:

- Terlalu bergantung pada pandangan manajemen puncak.
- Tidak fleksibel dalam lingkungan yang berubah cepat.

2. Planning School

Konsep Utama:

Strategi sebagai hasil proses perencanaan formal, sistematis, dan terstruktur.

Karakteristik:

- Melibatkan prosedur terjadwal, rencana jangka panjang, dan dokumentasi detail.

- Strategi dipecah menjadi tujuan, program, dan anggaran.

Contoh Kasus:

Pemerintah Singapura merancang *Smart Nation Masterplan* dengan target jelas, timeline, dan indikator keberhasilan.

Kelebihan:

- Memberikan arah yang jelas.
- Memungkinkan koordinasi lintas departemen.

Kelemahan:

- Kurang responsif terhadap perubahan mendadak.
 - Dapat menghasilkan dokumen yang bagus tapi tidak praktis.
-

3. Positioning School

Konsep Utama:

Strategi difokuskan pada pencapaian posisi kompetitif yang menguntungkan di pasar.

Karakteristik:

- Dipengaruhi Michael Porter (*Five Forces, Generic Strategies*).
- Data kuantitatif dan analisis industri menjadi dasar pengambilan keputusan.

Contoh Kasus:

Samsung bersaing dengan Apple melalui diferensiasi produk dan penguasaan teknologi layar OLED.

Kelebihan:

- Berbasis analisis objektif.
- Cocok untuk industri dengan persaingan ketat.

Kelemahan:

- Bisa mengabaikan faktor internal seperti budaya.

- Mengasumsikan pasar relatif stabil.
-

Bagian II: Descriptive Schools

4. Entrepreneurial School

Konsep Utama:

Strategi dibentuk berdasarkan visi dan intuisi seorang pemimpin.

Karakteristik:

- Sentralisasi pada pemimpin karismatik.
- Cocok untuk organisasi muda atau startup.

Contoh Kasus:

Elon Musk mengarahkan SpaceX dan Tesla berdasarkan visi eksplorasi ruang angkasa dan transisi energi bersih.

Kelebihan:

- Visi yang kuat dapat menginspirasi inovasi besar.
- Kecepatan pengambilan keputusan tinggi.

Kelemahan:

- Risiko kegagalan tinggi jika visi salah.
 - Bergantung pada satu individu.
-

5. Cognitive School

Konsep Utama:

Strategi terbentuk melalui proses berpikir, persepsi, dan *mental model* individu.

Contoh Kasus:

Steve Jobs memandang produk Apple sebagai gabungan seni dan teknologi, memengaruhi desain iPhone dan Mac.

Kelebihan:

- Memperhatikan aspek psikologis dalam strategi.
- Cocok untuk inovasi kreatif.

Kelemahan:

- Sulit diukur dan direplikasi.
 - Bisa bias karena persepsi individu.
-

6. Learning School

Konsep Utama:

Strategi berkembang secara bertahap melalui pembelajaran organisasi (*emergent strategy*).

Contoh Kasus:

Toyota Production System dengan prinsip Kaizen — perbaikan berkelanjutan.

Kelebihan:

- Adaptif terhadap perubahan.
- Mendorong keterlibatan karyawan.

Kelemahan:

- Bisa kehilangan arah strategis.
 - Proses lambat untuk hasil besar.
-

7. Power School

Konsep Utama:

Strategi lahir dari interaksi kekuasaan, politik, dan negosiasi.

Contoh Kasus:

Industri farmasi di AS memengaruhi regulasi obat melalui lobi politik.

Kelebihan:

- Realistis dalam menghadapi politik organisasi.
- Mampu memanfaatkan kekuatan eksternal.

Kelemahan:

- Bisa menghasilkan konflik internal.
 - Strategi bisa didominasi kepentingan kelompok tertentu.
-

8. Cultural School

Konsep Utama:

Strategi dibentuk oleh nilai, keyakinan, dan norma budaya organisasi.

Contoh Kasus:

Zappos membangun strategi layanan pelanggan luar biasa berbasis budaya “deliver happiness”.

Kelebihan:

- Konsistensi perilaku organisasi.
- Memperkuat identitas merek.

Kelemahan:

- Sulit berubah jika budaya menghambat inovasi.
 - Adaptasi terhadap lingkungan bisa lambat.
-

9. Environmental School

Konsep Utama:

Strategi sebagai respon terhadap tekanan eksternal seperti pasar, regulasi, atau teknologi.

Contoh Kasus:

Pariwisata Bali mengubah strategi promosi pasca-COVID-19 untuk menarik wisatawan domestik.

Kelebihan:

- Responsif terhadap realitas eksternal.
- Cocok untuk industri yang sangat dipengaruhi lingkungan.

Kelemahan:

- Organisasi cenderung reaktif, bukan proaktif.
 - Kurang kontrol atas arah strategis.
-

10. Configuration School

Konsep Utama:

Organisasi melewati siklus konfigurasi tertentu, dan strategi berubah sesuai fase (lahir, tumbuh, matang, krisis, transformasi).

Contoh Kasus:

IBM bertransformasi dari produsen hardware ke penyedia jasa konsultasi dan cloud.

Kelebihan:

- Memahami dinamika perubahan organisasi.
- Cocok untuk manajemen transformasi.

Kelemahan:

- Sulit memprediksi transisi antar fase.
 - Membutuhkan kepemimpinan perubahan yang kuat.
-

Analisis Perbandingan

- **Prescriptive Schools** lebih cocok untuk stabilitas, sedangkan **Descriptive Schools** lebih adaptif terhadap disrupsi.
 - Kombinasi beberapa sekolah sering kali lebih efektif ketimbang hanya mengandalkan satu.
-

Relevansi di Era Modern

- Era AI dan digitalisasi menuntut **hybrid approach**:
 - *Design & Positioning* untuk analisis data dan penentuan arah kompetitif.
 - *Learning & Environmental* untuk adaptasi cepat terhadap teknologi baru.
 - *Cultural* untuk mempertahankan identitas organisasi di tengah perubahan.
-

Penutup

Mintzberg tidak bermaksud memilih pemenang di antara 10 sekolah ini. Pesannya jelas: **strategi yang efektif adalah strategi yang sesuai konteks** — memahami kapan harus merancang, merencanakan, memposisikan, memimpin secara visioner, belajar dari pengalaman, membangun budaya, memanfaatkan kekuatan, merespons lingkungan, atau melakukan transformasi.



Baik, saya akan menyusun bagian **Refleksi dan Diskusi** sepanjang ± 3000 kata untuk topik "**10 Aliran Pemikiran Strategi Mintzberg**" yang telah kita bahas sebelumnya, dengan gaya formal-akademik dan memadukan narasi reflektif, analisis kritis, serta pertanyaan diskusi yang dapat digunakan dalam pengajaran atau seminar.

Refleksi dan Diskusi

(10 Aliran Pemikiran Strategi Mintzberg)

Pendahuluan Reflektif

Teori **Mintzberg's Ten Schools of Thought on Strategy** tidak hanya menawarkan kerangka konseptual untuk memahami bagaimana strategi dibentuk, tetapi juga mengajak kita merefleksikan realitas bahwa **strategi adalah entitas yang hidup** — dinamis, dipengaruhi oleh konteks, aktor, dan lingkungan.

Mintzberg membongkar anggapan bahwa strategi hanya dapat lahir dari dokumen formal atau analisis kuantitatif yang rumit. Sebaliknya, ia menunjukkan bahwa strategi dapat berakar pada visi pemimpin, budaya organisasi, proses pembelajaran, bahkan permainan politik internal.

Dalam dunia yang ditandai oleh **disrupsi teknologi, ketidakpastian ekonomi, dan kompleksitas sosial-politik**, pendekatan tunggal sering kali tidak memadai. Justru, kemampuan mengombinasikan beragam pendekatan dari sepuluh aliran ini yang menentukan daya saing dan keberlanjutan organisasi.

Refleksi per Sekolah Pemikiran

1. Design School – Strategi sebagai Kesesuaian Internal–Eksternal

Refleksi:

Pendekatan ini memaksa organisasi untuk jujur menilai kekuatan dan kelemahannya, serta peluang dan ancaman di luar. Konsep *fit* yang

diusung mengingatkan kita pada prinsip dasar manajemen strategis: **strategi yang baik adalah yang mampu memanfaatkan keunggulan internal untuk merespons tantangan eksternal.**

Namun, realitas hari ini sering kali lebih kompleks. Perubahan teknologi yang cepat dapat membuat analisis SWOT menjadi usang dalam hitungan bulan. Refleksi kritisnya: Apakah kita masih bisa mengandalkan *fit* statis di era yang bergerak cepat?

2. Planning School – Strategi sebagai Perencanaan Formal

Refleksi:

Perencanaan formal membawa disiplin dan prediktabilitas. Bagi organisasi besar atau pemerintahan, perencanaan memberi arah yang jelas. Namun, dalam era **VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity)**, perencanaan jangka panjang tanpa fleksibilitas bisa menjadi jebakan.

Pertanyaan reflektif: Apakah rencana strategis lima tahun yang kita buat masih relevan dua tahun kemudian, atau sudah menjadi dokumen museum?

3. Positioning School – Strategi sebagai Posisi Kompetitif

Refleksi:

Pendekatan ini mengajarkan pentingnya memahami medan kompetisi dan memilih posisi yang unik. Analisis Porter masih relevan, terutama di industri yang persaingannya jelas. Namun, di pasar digital yang kabur batasnya, posisi kompetitif bisa berubah dalam semalam.

Contoh: Grab dan Gojek memulai di transportasi online, lalu meluas ke layanan keuangan dan logistik. Posisi mereka berubah, dan batas industri semakin kabur.

4. Entrepreneurial School – Strategi sebagai Visi Pemimpin

Refleksi:

Visi pemimpin bisa menjadi katalis inovasi radikal. Namun, terlalu mengandalkan satu figur berisiko menciptakan organisasi yang rapuh ketika figur itu hilang.

Pertanyaan kritis: Bagaimana mengabadikan visi pemimpin agar tetap hidup meski pemimpinnya pergi? Ini penting bagi keberlanjutan.

5. Cognitive School – Strategi sebagai Proses Mental

Refleksi:

Setiap pemimpin membawa “peta mental” yang membentuk cara melihat dunia. Kesadaran akan bias kognitif menjadi penting agar strategi tidak dibatasi oleh persepsi sempit.

Pertanyaan diskusi: Seberapa besar strategi organisasi kita saat ini dipengaruhi oleh bias kognitif para pengambil keputusan?

6. Learning School – Strategi sebagai Proses Pembelajaran

Refleksi:

Pendekatan ini mengajarkan kerendahan hati organisasi untuk terus belajar. Di era inovasi cepat, *learning organization* menjadi kebutuhan, bukan pilihan.

Namun, terlalu fokus pada pembelajaran bisa membuat organisasi kehilangan momentum untuk bertindak cepat. Tantangannya: Menemukan keseimbangan antara belajar dan bertindak.

7. Power School – Strategi sebagai Arena Politik

Refleksi:

Kekuatan, lobi, dan negosiasi adalah realitas yang tidak dapat dihindari dalam organisasi besar. Mengabaikan faktor politik berarti menutup mata terhadap salah satu pendorong utama keputusan strategis.

Namun, jika politik terlalu dominan, keputusan bisa melenceng dari tujuan organisasi dan melayani kepentingan pribadi atau kelompok.

8. Cultural School – Strategi sebagai Budaya

Refleksi:

Budaya adalah “lem” yang menyatukan strategi dengan perilaku organisasi. Strategi yang sejalan dengan budaya akan lebih mudah diimplementasikan. Namun, budaya yang terlalu kaku dapat menghambat perubahan yang diperlukan.

Pertanyaan diskusi: Apakah budaya organisasi kita saat ini menjadi katalis atau justru penghambat inovasi?

9. Environmental School – Strategi sebagai Adaptasi terhadap Lingkungan

Refleksi:

Pendekatan ini relevan di industri yang diatur ketat atau sangat dipengaruhi faktor eksternal. Namun, organisasi yang terlalu reaktif dapat kehilangan inisiatif strategis.

Contoh: Perusahaan yang hanya mengikuti tren tanpa menciptakan tren baru berisiko menjadi pengikut selamanya.

10. Configuration School – Strategi sebagai Transformasi Siklus

Refleksi:

Pendekatan ini membantu memahami bahwa organisasi bergerak melalui fase-fase yang berbeda. Tantangan utamanya adalah mengetahui kapan harus melakukan transformasi besar.

Refleksi kritis: Banyak organisasi gagal bukan karena strategi buruk, tetapi karena terlambat bertransformasi.

Diskusi Integratif – Menggabungkan 10 Aliran

Mintzberg sendiri menegaskan bahwa tidak ada satu sekolah pun yang *paling benar*. Strategi yang efektif sering kali merupakan hasil **kombinasi adaptif** dari beberapa aliran, disesuaikan dengan:

- Tahap siklus hidup organisasi.
- Tingkat ketidakpastian lingkungan.
- Karakter industri.
- Profil kepemimpinan.

Sebagai contoh:

Sebuah startup teknologi mungkin menggabungkan **Entrepreneurial School** (visi pemimpin), **Learning School** (adaptasi cepat), dan **Positioning School** (mencari celah pasar).

Sementara itu, perusahaan multinasional mapan mungkin memadukan **Planning School** (stabilitas), **Cultural School** (keselarasan nilai), dan **Configuration School** (transformasi saat diperlukan).

Relevansi untuk Era AI dan Digital

Dalam konteks **AI dan transformasi digital**, pemahaman 10 aliran ini menjadi krusial:

- **Design & Positioning:** Menggunakan data analytics dan AI untuk memetakan posisi pasar.
- **Learning:** Memanfaatkan *machine learning* tidak hanya untuk produk, tetapi juga strategi organisasi.
- **Cultural:** Menumbuhkan budaya yang ramah teknologi dan inovasi.
- **Environmental:** Memantau regulasi teknologi dan privasi data.
- **Configuration:** Memimpin transformasi digital dalam fase yang tepat.

Pertanyaan Diskusi untuk Pengajaran

1. Dari 10 aliran Mintzberg, mana yang paling relevan untuk organisasi Anda saat ini? Mengapa?
 2. Bagaimana risiko jika organisasi hanya mengandalkan satu aliran?
 3. Bagaimana mengintegrasikan *Learning School* dengan *Planning School* tanpa kehilangan fleksibilitas?
 4. Dalam konteks AI, bagaimana *Cognitive School* dapat mempengaruhi desain strategi?
 5. Apakah budaya organisasi bisa diubah untuk mendukung strategi baru, atau strategi harus menyesuaikan budaya yang ada?
 6. Bagaimana organisasi dapat mengantisipasi pergeseran konfigurasi sebelum krisis memaksa perubahan?
-

Kesimpulan Reflektif

Refleksi atas 10 aliran Mintzberg mengajarkan bahwa:

- **Strategi adalah seni dan sains** — perlu data dan analisis, tetapi juga visi, intuisi, dan nilai.
- Organisasi yang tangguh adalah yang mampu bergerak di antara aliran-aliran ini sesuai kebutuhan.
- Dalam dunia yang terus berubah, kemampuan belajar dan bertransformasi menjadi keunggulan strategis yang paling berharga.

Dengan memahami dan mendiskusikan sepuluh aliran ini, para pemimpin, akademisi, dan praktisi bisnis dapat menghindari perangkat “satu pendekatan untuk semua”, dan merancang strategi yang benar-benar kontekstual, adaptif, dan berkelanjutan.

Berikut **Glosarium** untuk topik *10 Aliran Pemikiran Strategi Mintzberg*, disusun secara akademik dan relevan dengan isi pembahasan sebelumnya.

Glosarium – 10 Aliran Pemikiran Strategi Mintzberg

Istilah	Definisi
Analisis SWOT	Kerangka analisis strategi untuk mengidentifikasi <i>Strengths</i> (kekuatan), <i>Weaknesses</i> (kelemahan), <i>Opportunities</i> (peluang), dan <i>Threats</i> (ancaman) dalam rangka mencocokkan kapabilitas internal dengan kondisi eksternal.
Budaya Organisasi (<i>Organizational Culture</i>)	Sekumpulan nilai, norma, kepercayaan, dan praktik yang membentuk identitas serta perilaku bersama dalam organisasi, memengaruhi formulasi dan implementasi strategi.
Cultural School	Salah satu aliran Mintzberg yang melihat strategi sebagai cerminan budaya organisasi, di mana nilai dan keyakinan bersama membentuk arah strategis.
Configuration School	Aliran strategi yang memandang organisasi melalui tahapan atau konfigurasi tertentu, dengan strategi yang berubah sesuai fase siklus hidup organisasi atau kebutuhan transformasi.
Cognitive School	Aliran strategi yang menekankan peran proses mental, persepsi, dan peta kognitif pengambil keputusan dalam membentuk strategi.

Istilah	Definisi
Design School	Aliran strategi preskriptif yang menekankan pencocokan (<i>fit</i>) antara kekuatan dan kelemahan internal dengan peluang dan ancaman eksternal, sering menggunakan analisis SWOT.
Entrepreneurial School	Aliran strategi deskriptif yang berfokus pada visi dan intuisi pemimpin tunggal, sering diterapkan pada organisasi kecil atau startup.
Environmental School	Aliran strategi yang memandang lingkungan eksternal sebagai kekuatan dominan yang membentuk atau memaksa organisasi untuk beradaptasi.
Five Forces	Model analisis kompetitif dari Michael Porter yang menilai intensitas persaingan industri melalui lima faktor: ancaman pendatang baru, kekuatan tawar pemasok, kekuatan tawar pembeli, ancaman produk substitusi, dan persaingan di antara pesaing yang ada.
Formulasi Strategi (<i>Strategy Formulation</i>)	Proses perancangan strategi yang melibatkan analisis, perencanaan, dan penentuan langkah-langkah untuk mencapai tujuan organisasi.
Generic Strategies	Strategi generik Porter (diferensiasi, kepemimpinan biaya, fokus) yang digunakan untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar.
Keunggulan Kompetitif (<i>Competitive Advantage</i>)	Kemampuan organisasi untuk unggul dibanding pesaingnya melalui diferensiasi produk, efisiensi biaya, inovasi, atau keunikan tertentu yang sulit ditiru.

Istilah	Definisi
Learning School	Aliran strategi yang memandang strategi sebagai hasil pembelajaran berkelanjutan melalui pengalaman dan adaptasi (<i>emergent strategy</i>).
Perencanaan Strategis (Strategic Planning)	Proses sistematis untuk menentukan tujuan jangka panjang organisasi, mengalokasikan sumber daya, dan mengembangkan rencana aksi untuk mencapainya.
Planning School	Aliran strategi preskriptif yang menekankan perencanaan formal, terstruktur, dan prosedural sebagai sarana utama untuk merumuskan strategi.
Positioning School	Aliran strategi preskriptif yang memfokuskan pada pencarian posisi kompetitif yang optimal di pasar melalui analisis industri dan data kuantitatif.
Power School	Aliran strategi yang memandang pembentukan strategi sebagai hasil interaksi politik, negosiasi, dan kekuatan baik di dalam maupun di luar organisasi.
Prescriptive Schools	Kelompok aliran strategi (Design, Planning, Positioning) yang berorientasi pada bagaimana strategi <i>seharusnya</i> diformulasikan.
Descriptive Schools	Kelompok aliran strategi (Entrepreneurial, Cognitive, Learning, Power, Cultural, Environmental, Configuration) yang berorientasi pada bagaimana strategi <i>terbentuk</i> dalam praktik nyata.
Siklus Hidup Organisasi	Tahapan perkembangan organisasi dari pembentukan, pertumbuhan, kedewasaan,

Istilah	Definisi
<i>(Organizational Life Cycle)</i>	hingga transformasi atau penurunan, yang memengaruhi kebutuhan strategis.
Strategi (<i>Strategy</i>)	Rencana atau pola yang mengintegrasikan tujuan utama organisasi, kebijakan, dan tindakan dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif di pasar.
VUCA	Akronim dari <i>Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity</i> , menggambarkan kondisi lingkungan bisnis yang dinamis, sulit diprediksi, kompleks, dan ambigu.

Baik, berikut **Daftar Pustaka** untuk topik *10 Aliran Pemikiran Strategi Mintzberg*, saya susun dengan gaya APA (**American Psychological Association**) **7th edition** agar dapat langsung digunakan dalam artikel atau bahan ajar akademik.

Daftar Pustaka

Ansoff, H. I. (1965). *Corporate strategy: An analytic approach to business policy for growth and expansion*. New York, NY: McGraw-Hill.

Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2019). *Strategic management and competitive advantage: Concepts and cases* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.

Grant, R. M. (2021). *Contemporary strategy analysis: Text and cases edition* (11th ed.). Hoboken, NJ: Wiley.

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2017). *Exploring strategy: Text and cases* (11th ed.). Harlow, UK: Pearson Education Limited.

Mintzberg, H. (1990). The design school: Reconsidering the basic premises of strategic management. *Strategic Management Journal*, 11(3), 171–195. <https://doi.org/10.1002/smj.4250110302>

Mintzberg, H. (1994). *The rise and fall of strategic planning*. New York, NY: Free Press.

Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (1998). *Strategy safari: A guided tour through the wilds of strategic management*. New York, NY: Free Press.

Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York, NY: Free Press.

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York, NY: Free Press.

Rumelt, R. P. (2011). *Good strategy, bad strategy: The difference and why it matters*. New York, NY: Crown Business.

Whittington, R. (2001). *What is strategy—and does it matter?* (2nd ed.). London, UK: Cengage Learning.

Kopilot Artikel ini - tanggal akses: 8 Agustus 2025. Prompting dan Akun penulis ([Rudy C Tarumingkeng](https://chatgpt.com/c/6895d1f4-39a8-8321-bcbb-48fadd36284d)). <https://chatgpt.com/c/6895d1f4-39a8-8321-bcbb-48fadd36284d>
