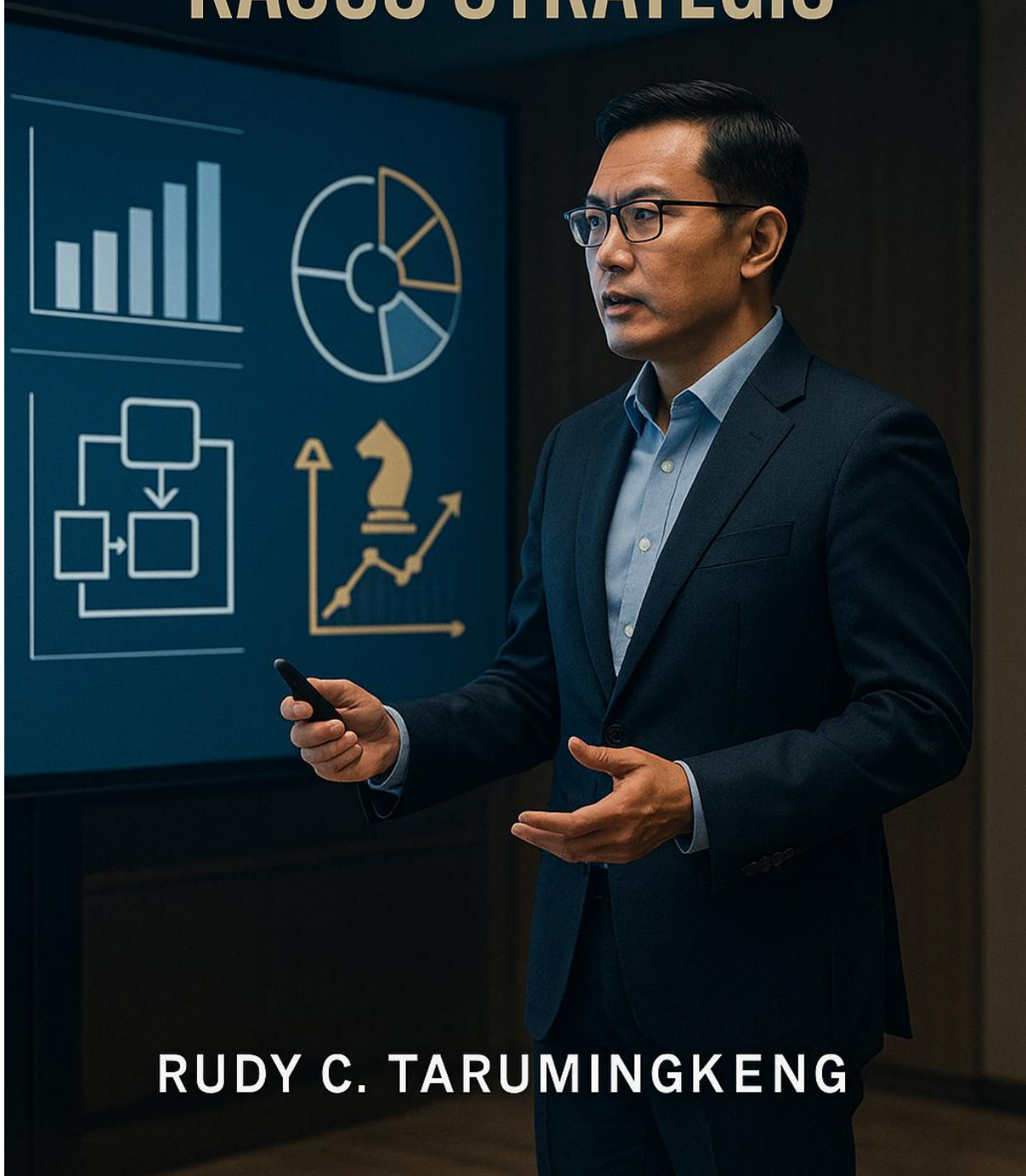


STRATEGI MENYUSUN PRESENTASI LISAN KASUS STRATEGIS



RUDY C. TARUMINGKENG

Rudy C Tarumingkeng: Strategi Menyusun Presentasi Lisan
Kasus Strategis

Oleh:

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

Guru Besar Manajemen, NUP: 9903252922

Rektor, Universitas Cenderawasih (1978-1988)

Rektor, Universitas Kristen Krida Wacana (1991-2000)

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

Ketua Senat Akademik IBM-ASMI

© RUDYCT e-PRESS

ruduct75@gmail.com

Bogor, Indonesia

24 May 2025

Makalah ini membahas **EXHIBIT 13.2** dari buku Dess, G.G., et al. (2019) berjudul:

“Preparing an Oral Case Presentation”

Bagian ini menjelaskan pedoman atau *best practices* dalam menyusun dan menyampaikan presentasi lisan untuk analisis kasus strategis. Penekanannya tidak hanya pada isi presentasi, tetapi juga pada alur, logika, dan kolaborasi tim.

Berikut elaborasi naratif dan reflektif dari isi tabel tersebut:

Strategi Menyusun Presentasi Lisan Kasus Strategis

Presentasi lisan dari sebuah kasus manajemen strategi bukan sekadar membaca ulang isi kasus atau menyampaikan hasil diskusi kelompok. Ia merupakan bentuk komunikasi strategis yang mencerminkan:

- Kedalaman analisis
- Kejelasan logika berpikir
- Kemampuan meyakinkan pendengar
- Keterpaduan kerja tim

Untuk itu, Exhibit 13.2 memberikan **5 prinsip penting** dalam menyusun presentasi kasus secara efektif.

1. Organize your thoughts

Susun alur berpikir dengan sistematis

Presentasi yang baik dimulai dari persiapan yang matang:

- Pahami kasus dan data pendukung (teks, grafik, laporan keuangan).

Rudy C Tarumingkeng: Strategi Menyusun Presentasi Lisan Kasus Strategis

- Jika bekerja dalam tim, tukar insight secara terbuka.
- Buat outline (kerangka), bukan hanya daftar slide.

✅ *Manfaat:* Membantu audiens mengikuti alur cerita, dan pembicara tetap fokus serta tidak terjebak pada detail minor.

2. 📊 **Emphasize strategic analysis**

Fokus utama bukan deskripsi, tapi diagnosis dan solusi strategis

Tujuan dari analisis kasus strategi adalah **mengidentifikasi akar masalah, mengevaluasi pilihan, dan menyusun rekomendasi berbasis analisis.**

Distribusi isi ideal:

- **10–20%** = *Background / Problem Statement*
- **60–75%** = *Strategic Analysis & Options*
- **10–20%** = *Recommendation / Action Plan*

🔍 *Catatan penting:*

- Jangan hanya menjelaskan “apa yang terjadi”, tapi “mengapa itu penting dan bagaimana mengatasinya”.
 - Gunakan alat analisis: SWOT, Five Forces, 7S, Value Chain, dll.
-

3. 🧠 **Be logical and consistent**

Alur presentasi harus logis, konsisten, dan berbasis bukti

- Gunakan pendekatan sebab-akibat.
- Susun argumen secara berurutan dan saling mendukung.
- Sertakan data: grafik penjualan, rasio keuangan, data pasar.
- Hindari pernyataan umum tanpa dasar.

🎯 *Tujuan:* Membangun kredibilitas dan membuat audiens mudah mengikuti jalannya pemikiran Anda.

4. 🛡️ Defend your position

Bersiaplah mempertahankan rekomendasi dengan keyakinan

- Antisipasi pertanyaan dan kritik dari audiens atau dosen.
- Pahami asumsi dari strategi yang Anda usulkan.
- Jelaskan *why this, not that*: kenapa memilih satu opsi dan bukan opsi lain.
- Gunakan kerangka risiko dan reward untuk memperkuat pilihan.

💬 *Tips*: Gunakan *decision tree*, analisis risiko, atau skenario untuk menunjukkan bahwa Anda sudah mempertimbangkan alternatif.

5. 🤝 Share presentation responsibilities

Kerja tim harus tampak nyata dan terkoordinasi

- Bagi peran dengan proporsional: siapa yang menyampaikan bagian analisis, siapa yang menjelaskan implementasi, dsb.
- Gunakan transisi antar pembicara secara halus agar presentasi terasa seperti narasi yang menyatu.
- Hindari dominasi satu orang atau pembicara yang tidak paham isi.

👥 *Catatan*: Kolaborasi tim tidak hanya terlihat dari apa yang disampaikan, tapi juga *bagaimana* mereka saling mendukung.

📌 Kesimpulan Reflektif

Aspek	Prinsip Strategis
Isi	Dominan pada analisis dan opsi strategis, bukan narasi kasus
Struktur	Harus logis, berbasis data, dan disusun runtut

Rudy C Tarumingkeng: Strategi Menyusun Presentasi Lisan Kasus Strategis

Aspek	Prinsip Strategis
Penyampaian	Harus meyakinkan, terkoordinasi, dan siap diuji argumennya
Tujuan akhir	Menunjukkan bahwa strategi yang diusulkan adalah solusi terbaik atas masalah nyata dalam kasus

Integrasi dengan 4P Case Framework

Presentasi ini sangat sesuai jika disusun menggunakan kerangka **People – Opportunity – Context – Risk & Reward**. Misalnya:

- **People** → Siapa aktor utama dalam kasus?
 - **Opportunity** → Apa peluang pasar atau strategi yang relevan?
 - **Context** → Apa tantangan eksternal yang memengaruhi?
 - **Risk & Reward** → Apa pertimbangan risiko dari strategi pilihan Anda?
-

Referensi:

- Dess, G.G., McNamara, G., Eisner, A.B. (2019). *Strategic Management: Text and Cases* (9th ed.). McGraw-Hill Education.
 - Sahlman, W.A. (1997). *How to Write a Great Business Plan*. Harvard Business Review.
 - Mintzberg, H., Ahlstrand, B., Lampel, J. (1998). *Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management*.
-

Kita lanjutkan pembahasan *Exhibit 13.2* ini secara lebih reflektif dan naratif, dengan fokus pada **peran presentasi kasus dalam pendidikan manajemen strategis, performa tim, serta hubungan presentasi dengan pengambilan keputusan nyata dalam organisasi.**

Mengapa Presentasi Kasus Penting dalam Manajemen Strategis?

Tujuan utama:

Presentasi kasus bukan hanya sarana untuk menilai kemampuan berbicara, melainkan:

1. **Melatih kemampuan berpikir strategis secara terstruktur.**
2. **Mensimulasikan pengambilan keputusan nyata** di tingkat manajerial.
3. **Mengasah kemampuan persuasi dan kolaborasi dalam tim.**
4. **Meningkatkan literasi data, logika, dan analisis risiko dalam konteks nyata.**

Presentasi lisan menuntut mahasiswa atau peserta pelatihan untuk:

- Menangkap kompleksitas kasus.
 - Menyaring informasi relevan.
 - Menyusun pesan strategis yang padat, meyakinkan, dan profesional.
-

Dimensi Kompetensi yang Diuji dalam Presentasi Kasus Strategis

Dimensi Kompetensi	Apa yang Diperhatikan?	Relevansi Profesional
Kognitif (analitis)	Kedalaman diagnosis, struktur logis, justifikasi rekomendasi	Diperlukan dalam analisis pasar, due diligence, evaluasi strategi
Afektif (sikap)	Kemampuan menerima kritik, keterbukaan tim,	Dibutuhkan dalam rapat manajerial dan

Rudy C Tarumingkeng: Strategi Menyusun Presentasi Lisan
Kasus Strategis

Dimensi Kompetensi	Apa yang Diperhatikan?	Relevansi Profesional
Psikomotorik (praktis)	tanggung jawab atas argumen	pengambilan keputusan kolektif
	Artikulasi ide, penguasaan waktu, visualisasi materi, penggunaan alat bantu	Dibutuhkan dalam pitching ke investor, rapat strategis, dan pelatihan internal

 Kriteria Penilaian Presentasi Kasus (Rubrik Evaluatif Sederhana)

Kategori Penilaian	Bobot (%)	Indikator Penting
Struktur & Kejelasan	25%	Alur logis, transisi antar bagian jelas
Kedalaman Analisis Strategis	30%	Penggunaan alat analisis, justifikasi pilihan strategi
Relevansi Data & Fakta	15%	Ketepatan data, visualisasi, keandalan sumber
Argumentasi & Pertahanan	15%	Kekuatan argumen, kemampuan menjawab pertanyaan
Kolaborasi Tim & Penyampaian	15%	Pembagian peran, kekompakan, kualitas penyampaian

 Tips Profesional: Menyampaikan Presentasi Kasus Layaknya Eksekutif

1. **Mulai dengan pernyataan strategis yang kuat:** Jangan buka dengan latar belakang panjang; buka dengan temuan utama atau rekomendasi kunci.
2. **Gunakan prinsip MECE (Mutually Exclusive, Collectively Exhaustive):** Bagi argumen dalam bagian yang tidak tumpang tindih dan mencakup keseluruhan masalah.
3. **Sampaikan “So what?”:** Jangan hanya menjelaskan *apa*, tapi tekankan *mengapa hal itu penting* bagi bisnis.

4. **Visual bukan dekorasi:** Gunakan grafik, peta strategi, atau matriks yang menjelaskan hubungan sebab-akibat, bukan hanya dekoratif.
5. **Latih sesi tanya jawab:** Banyak presentasi gagal bukan karena isi, tapi karena tim tidak siap menghadapi keberatan.

 Contoh Struktur Slide Presentasi Kasus Strategis (Template 10–12 Slide)

Slide	Judul	Isi Singkat
1	Executive Summary	Rekomendasi utama dan alasan ringkas
2	Problem Statement	Masalah strategis yang dihadapi
3	Tujuan Analisis	Sasaran dari strategi yang dikembangkan
4–7	Strategic Analysis	SWOT, Five Forces, PESTEL, 7S, atau Value Chain
8	Alternatif Strategi	Tiga opsi strategi, perbandingan risiko dan reward
9	Rekomendasi Utama	Pilihan yang diambil dan alasannya
10	Rencana Aksi	Siapa-melakukan-apa-kapan-bagaimana
11	Risiko & Mitigasi	Identifikasi risiko utama dan cara penanganannya
12	Penutup & QnA	Ringkasan dan ajakan diskusi

 Studi Kasus Aplikasi

Contoh: Presentasi Kasus “Grab dan Strategi Ekspansi ASEAN”

- **Problem:** Grab menghadapi tekanan dari Gojek di pasar Indonesia dan ShopeePay di sektor pembayaran digital.
- **Analisis:**
 - SWOT → Strength: Ekosistem kuat; Weakness: ketergantungan pada promosi.
 - PESTEL → Ancaman regulasi tiap negara berbeda-beda.

- **Rekomendasi:**

- Fokus pada *cashless ecosystem* di pasar urban menengah.
- Mitigasi: partnership dengan institusi keuangan lokal untuk mengurangi risiko politik.



Penutup Reflektif

“Sebuah presentasi kasus strategis adalah miniatur dari realitas manajerial: informasi terbatas, waktu terbatas, dan tekanan tinggi—tetapi di situlah muncul keunggulan pemimpin masa depan.”

Presentasi bukan sekadar menyampaikan data, tetapi juga:

- *Membentuk opini*
 - *Mengajukan keputusan*
 - *Mendorong perubahan*
-

MODUL PEMBELAJARAN

KIAT PRESENTASI KASUS STRATEGIS

Oleh: Rudy C. Tarumingkeng

I. PENDAHULUAN

Presentasi kasus strategis adalah kemampuan penting dalam pendidikan bisnis dan manajemen. Kegiatan ini mengasah kemampuan berpikir analitis, komunikasi strategis, dan kerja tim kolaboratif. Modul ini dirancang untuk membekali mahasiswa dan profesional dengan panduan praktis dalam menyusun dan menyampaikan presentasi kasus yang efektif, logis, dan meyakinkan.

II. TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari modul ini, peserta diharapkan mampu:

- Memahami struktur dasar presentasi kasus strategis
 - Menyusun narasi analitis berdasarkan data dan informasi kasus
 - Menggunakan alat bantu analisis strategi secara tepat
 - Menyampaikan rekomendasi yang berdasar dan dapat dipertanggungjawabkan
 - Bekerja dalam tim untuk menyampaikan presentasi yang terkoordinasi
-

III. KERANGKA PRESENTASI KASUS STRATEGIS

1. Organize Your Thoughts

- Mulai dari memahami kasus secara menyeluruh
- Identifikasi poin-poin kunci dan diskusikan dalam tim
- Susun outline untuk alur presentasi

2. Emphasize Strategic Analysis

- Fokus pada diagnosis masalah dan opsi strategi

- Gunakan alat analisis seperti SWOT, PESTEL, Five Forces, 7S, BCG, dll
 - Distribusi waktu ideal:
 - Latar belakang & masalah: 10–20%
 - Analisis strategi: 60–75%
 - Rekomendasi: 10–20%
 - 3. Be Logical and Consistent**
 - Sajikan argumen secara sistematis
 - Gunakan data untuk memperkuat pendapat
 - Hindari lompatan logika atau asumsi tidak teruji
 - 4. Defend Your Position**
 - Siapkan argumen untuk setiap rekomendasi
 - Pahami risiko dan batasan dari strategi yang diusulkan
 - Gunakan pendekatan risk-reward dan mitigasi risiko
 - 5. Share Team Responsibilities**
 - Bagi peran bicara dalam tim secara adil dan efektif
 - Bangun transisi yang mulus antar anggota tim
 - Tunjukkan kolaborasi dalam menjawab pertanyaan
-

IV. STRUKTUR SLIDE PRESENTASI (REKOMENDASI)

1. Ringkasan Eksekutif
 2. Pernyataan Masalah
 3. Tujuan Strategi
 4. Analisis Eksternal (PESTEL, Five Forces)
 5. Analisis Internal (SWOT, VRIO)
 6. Alternatif Strategi dan Perbandingan
 7. Rekomendasi Strategis Utama
 8. Rencana Aksi dan Timeline
 9. Risiko dan Mitigasi
 10. Penutup dan Ajakan Diskusi
-

V. PENILAIAN DAN UMPAN BALIK

Kriteria	Bobot
Struktur & Kejelasan	25%
Analisis Strategis	30%
Penggunaan Data & Fakta	15%
Argumentasi & Pertahanan	15%
Kolaborasi Tim	15%

VI. STUDI KASUS LATIHAN

Kasus: Strategi Ekspansi Digital UMKM “Sambal Nusantara”

Petunjuk: Susun presentasi strategi untuk memperluas jangkauan pasar sambal lokal ke ranah e-commerce nasional dan ekspor.

VII. PENUTUP

Presentasi kasus strategis adalah bentuk nyata dari kecakapan berpikir strategis dalam dunia profesional. Dengan memadukan logika, data, dan kemampuan komunikasi, setiap peserta akan mampu menyampaikan ide yang berdampak dan actionable.

Lampiran Tambahan:

- Template slide presentasi
- Contoh rubrik penilaian
- Panduan visualisasi data strategis (grafik, matriks, peta SWOT)

Tentu. Berikut ini adalah **penambahan naratif mendalam** mengenai topik “*Menyusun Presentasi Lisan Kasus Strategis*”, yang akan mengintegrasikan prinsip-prinsip komunikasi strategis, logika manajerial, dan pengambilan keputusan berbasis analisis kasus.

Menyusun Presentasi Lisan Kasus Strategis: Panduan Naratif dan Praktis

Presentasi lisan kasus strategis adalah bentuk komunikasi manajerial tingkat tinggi. Ia bukan sekadar *reading aloud* atau *laporan tertulis yang dibacakan*, melainkan **simulasi nyata bagaimana pemimpin strategis menjelaskan pilihan kritis mereka kepada stakeholder**—baik itu atasan, investor, regulator, atau tim internal.

1. Paradigma Utama: Bukan Bercerita, tetapi Memimpin Keputusan

“Don’t just tell them what’s in the case—tell them what to do, and why.”

Pendengar bukan ingin tahu isi kasus, tetapi ingin tahu:

- Apa masalah yang harus diselesaikan?
- Apa pilihan yang tersedia?
- Strategi mana yang terbaik?
- Apa dasar analisisnya?
- Bagaimana dampaknya?
- Apa risikonya?

Dengan kata lain, **presentasi Anda adalah instrumen kepemimpinan dalam bentuk argumentatif**.

2. Tiga Pilar Fondasi Presentasi Lisan Strategis

a. Clarity – Kejelasan Gagasan dan Struktur

- Gunakan kalimat pembuka yang langsung menuju pokok persoalan.
- Hindari jargon berlebihan; gunakan istilah manajemen dengan tepat.
- Sajikan “struktur peta jalan” di awal agar audiens tahu arah pembahasan.

Contoh: “Kami mengusulkan strategi ekspansi digital melalui kemitraan karena analisis kami menunjukkan bahwa opsi ini memiliki keseimbangan terbaik antara potensi pertumbuhan dan risiko pasar.”

b. Credibility – Data, Analisis, dan Pembeneran

- Gunakan **fakta, grafik, perbandingan, tren industri**.
- Gunakan alat analisis (SWOT, Porter, PESTEL) dengan alasan kuat, bukan sebagai tempelan.
- Jangan menyembunyikan kelemahan strategi, tapi tunjukkan mitigasi.

Contoh: “Meskipun ada risiko regulasi, kami menyarankan ekspansi fintech karena segmentasi mikro UMKM yang tidak tersentuh oleh bank, dengan potensi pasar sebesar Rp35 triliun.”

c. Conviction – Keyakinan yang Dibangun oleh Nalar

- Jangan ragu dalam menyampaikan pilihan.
- Gunakan *narrative contrast*: “Mengapa opsi A lebih unggul dari B?”
- Tunjukkan bahwa Anda sudah mengevaluasi skenario alternatif.

Contoh: “Kami menolak strategi diversifikasi karena data menunjukkan bahwa pasar inti belum sepenuhnya digarap.”

3. Strategi Penyusunan Slide: 1 Gagasan per Slide

Slide	Fokus Konten	Tujuan
Slide 1	Executive Summary	Merangkum strategi utama dan dasar pemilihan
Slide 2	Statement of the Problem	Menetapkan fokus strategis kasus
Slide 3	Objectives	Menjelaskan sasaran strategis jangka pendek dan panjang
Slide 4–6	Analisis Strategis	Menyajikan alat analisis, temuan utama, dan insight
Slide 7	Alternatif Strategi	Perbandingan minimal 2–3 pilihan strategis
Slide 8	Rekomendasi	Argumen pilihan yang diputuskan
Slide 9	Implementasi	Timeframe, langkah, SDM, dan sumber daya
Slide 10	Risiko & Mitigasi	Apa yang bisa gagal dan cara mengantisipasinya
Slide 11	Penutup	Menyimpulkan dan membuka sesi tanya jawab

4. Strategi Transisi Tim dalam Presentasi

Jika dilakukan oleh tim, perhatikan:

- Siapa membuka dan siapa menutup?
- Siapa menguasai data dan menjawab sesi tanya jawab?
- Siapa yang menjelaskan risiko atau konteks eksternal?

Transisi harus smooth:

“Setelah menjelaskan struktur pasar, saya undang rekan saya, Lita, untuk menguraikan tiga opsi strategis utama yang kami evaluasi...”

5. Simulasi Tanya Jawab: Menjadi Pemikir Strategis di Bawah Tekanan

Sesi Q&A adalah tempat di mana kredibilitas diuji:

- Jangan menolak pertanyaan – sambut sebagai bentuk perhatian.
 - Jika tidak tahu, katakan: “Data ini belum kami eksplorasi, namun berdasarkan asumsi pasar...”
 - Gunakan model *risk–reward reasoning* sebagai tameng atau justifikasi.
-

6. Contoh Narasi Pembuka Kuat (Hook)

“Bayangkan Anda adalah CEO perusahaan retail lokal. Dalam dua tahun terakhir, penjualan anjlok 30%. Sementara itu, e-commerce tumbuh 80% di wilayah Anda. Pertanyaannya bukan lagi ‘apakah kita masuk ke digital’, tapi ‘bagaimana kita bisa menang di sana’... Dan itulah mengapa kami merekomendasikan model integrasi kanal digital.”

7. Penutup Strategis

- Ringkasan poin utama Anda.
- Tunjukkan hasil akhir jika strategi berhasil.
- Beri ruang untuk diskusi tanpa kehilangan otoritas posisi.

“Jika strategi ini dijalankan dengan disiplin, kami percaya perusahaan tidak hanya bertahan, tetapi akan memimpin dalam segmen pasar yang baru ini.”

Penutup: Mengubah Presentasi Menjadi Aksi

Presentasi studi kasus strategis bukan akhir dari analisis—ia adalah **jembatan menuju aksi nyata**. Mereka yang mampu:

- Menyampaikan strategi secara masuk akal,
- Meyakinkan stakeholders dengan data dan analisis,
- Dan menjawab keberatan dengan tenang dan kritis,

Rudy C Tarumingkeng: Strategi Menyusun Presentasi Lisan
Kasus Strategis

adalah kandidat kuat untuk menjadi **pemimpin masa depan** dalam dunia bisnis yang kompleks dan kompetitif.

Berikut adalah  **Glosarium Modul: “Kiat Presentasi Kasus Strategis”**, berisi istilah-istilah kunci yang digunakan dalam konteks penyusunan dan penyampaian presentasi studi kasus strategis:

Glosarium

Istilah	Definisi
Executive Summary	Ringkasan utama dari presentasi yang menyoroti temuan inti dan rekomendasi strategis; biasanya disampaikan di awal presentasi untuk menarik perhatian audiens.
Problem Statement	Pernyataan yang merangkum inti permasalahan strategis yang dihadapi organisasi dalam studi kasus.
Strategic Analysis	Proses sistematis untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal organisasi guna mengidentifikasi opsi dan arah strategi.
MECE (Mutually Exclusive, Collectively Exhaustive)	Prinsip berpikir yang membagi informasi atau argumen ke dalam bagian-bagian yang tidak tumpang tindih dan secara keseluruhan mencakup seluruh aspek penting.
SWOT Analysis	Alat analisis yang menilai kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dari sebuah strategi atau entitas bisnis.
PESTEL Analysis	Kerangka kerja untuk menganalisis faktor eksternal makro yang mempengaruhi

Istilah	Definisi
	organisasi: Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Ekologi, dan Legal.
Porter's Five Forces	Model strategi yang mengevaluasi tekanan kompetitif dalam suatu industri, termasuk ancaman pendatang baru, kekuatan pemasok, kekuatan pembeli, produk substitusi, dan persaingan antar perusahaan yang ada.
Recommendation/Action Plan	Usulan tindakan strategis yang spesifik dan dapat diimplementasikan berdasarkan hasil analisis kasus.
Risk and Mitigation	Identifikasi risiko potensial dari strategi yang diusulkan serta rencana penanganan atau pencegahannya.
Slide Deck	Kumpulan slide PowerPoint atau media visual lain yang digunakan untuk menyampaikan isi presentasi.
Q&A Session	Sesi tanya jawab yang mengikuti presentasi utama, di mana tim atau pembicara harus mempertahankan posisi strategis mereka dan menjawab keberatan atau klarifikasi dari audiens.
Transition (presentasi)	Perpindahan yang halus dan logis antara bagian atau pembicara dalam presentasi tim, untuk menjaga alur dan kohesivitas narasi.
Rubrik Penilaian	Matriks atau pedoman evaluasi yang digunakan untuk menilai kualitas presentasi berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan seperti struktur, analisis, argumentasi, dan visualisasi.
Visual Aid	Alat bantu visual (seperti grafik, diagram, infografik, video pendek) yang digunakan untuk memperkuat pesan utama presentasi dan meningkatkan pemahaman audiens.

Rudy C Tarumingkeng: Strategi Menyusun Presentasi Lisan
Kasus Strategis

Istilah	Definisi
Time Management	Kemampuan untuk mengelola waktu presentasi secara efektif, termasuk durasi tiap bagian agar tidak melebihi batas yang ditentukan.
Team Presentation Dynamics	Koordinasi dan interaksi antar anggota tim dalam membagi peran, menyampaikan materi, dan mendukung satu sama lain saat presentasi berlangsung.

Berikut adalah  **Daftar Pustaka Modul: “Kiat Presentasi Kasus Strategis”** yang mencakup referensi utama dari literatur manajemen strategi, komunikasi bisnis, dan pedagogi studi kasus.

Daftar Pustaka Utama

1. **Dess, G. G., McNamara, G., & Eisner, A. B.** (2019). *Strategic Management: Text and Cases* (9th Edition). New York: McGraw-Hill Education.
↳ Digunakan sebagai dasar teori untuk struktur presentasi kasus dan penekanan pada analisis strategis (lihat Exhibit 13.2).
 2. **Sahlman, W. A.** (1997). *How to Write a Great Business Plan*. *Harvard Business Review*, July–August, 98–108.
↳ Sumber klasik untuk memahami pentingnya struktur naratif dalam menyampaikan analisis bisnis.
 3. **Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J.** (1998). *Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management*. New York: Free Press.
↳ Memberikan kerangka keragaman pendekatan strategi dan pentingnya narasi dalam strategi.
 4. **McKinsey & Company.** (2021). *Communicating with Impact: Internal Presentation Handbook*.
↳ Pedoman praktis dari dunia konsultan profesional mengenai menyusun dan menyampaikan ide strategis secara meyakinkan.
 5. **Kaplan, R. S., & Norton, D. P.** (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Boston: Harvard Business School Press.
↳ Mendukung kerangka penyampaian hasil dan pengukuran performa dalam presentasi strategi.
-

Referensi Tambahan & Kontekstual

6. **Gallo, C.** (2014).
Talk Like TED: The 9 Public-Speaking Secrets of the World's Top Minds. New York: St. Martin's Press.
↳ Panduan gaya komunikasi presentasi yang engaging dan inspiratif, relevan untuk sesi pembukaan atau eksekutif summary.
7. **Anderson, C.** (2016).
TED Talks: The Official TED Guide to Public Speaking. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.
↳ Teknik menyampaikan ide yang berdampak dan mudah diingat.
8. **HBS Case Method Teaching Guide.** (2020).
Teaching with Cases. Harvard Business Publishing Education.
↳ Panduan pedagogis untuk fasilitator dalam mengajar dan mengevaluasi presentasi kasus.
9. **Turley, A., & Wilkinson, T.** (2019).
The Case Study Handbook: A Student's Guide. Harvard Business Press.
↳ Buku saku bagi mahasiswa yang menyusun dan menyajikan analisis studi kasus secara sistematis.
10. **Osterwalder, A., & Pigneur, Y.** (2010).
Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Wiley.
↳ Relevan dalam menyusun bagian strategi dan rekomendasi dalam presentasi studi kasus.



Catatan Penutup:

Untuk pengajaran, disarankan juga mengakses:

- **Open Access Resources** dari Harvard, INSEAD, Wharton, dan London Business School tentang *case method teaching and learning*.
 - **Video Presentasi Kompetisi Kasus Global** (YouTube: HSBC Business Case Competition, NUS Business School, dll.) sebagai bahan evaluatif dan reflektif.
-

Rudy C Tarumingkeng: Strategi Menyusun Presentasi Lisan Kasus Strategis

Kopilot:

ChatGPT 4o (2025). Access date: 24 May 2025. Prompting by [Rudy C Tarumingkeng](#) on Writer's account. <https://chatgpt.com/c/6831b3e8-d5d4-8013-917b-ffe25a097839>