

---

---

## Mengelola Hubungan Berbagai Stakeholders Dalam Manajemen Strategis

Rizadiliyawati<sup>1</sup>, Dahrani<sup>2</sup>, AminudinBusro<sup>3</sup>, Muhammad Syaifudin<sup>4</sup>

<sup>1234</sup> Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim; Indonesia

rizadiliyawati00@guru.smp.belajar.id<sup>1</sup>, Dahrani080808@gmail.com<sup>2</sup>, Zahiratulqolba@gmail.com<sup>3</sup>, muhammadsyaifudin74@gmail.com<sup>4</sup>

Submitted:

Revised: 2025/01/01;

Accepted: 2025/01/11; Published: 2025/04/27

---

### Abstract

The purpose of this study is to Manage Multi-Stakeholder Relationships in Strategic Management. The type of research used is literature study, data collection with documentation, data analysis with content analysis. In management strategy, management relationships with various stakeholders are crucial aspects that include the formation of strong networks and unity, understanding the dual roles carried out by various parties, and determining special roles in management. Networks and functions to create synergy and strategic alliances in achieving organizational goals, while dual roles require managerial abilities to handle conflicting interests wisely. On the other hand, special management roles are needed to facilitate communication, maintain trust, and create added value for all stakeholders. By managing these three aspects effectively, organizations can increase legitimacy, strengthen strategic positions, and ensure continuity in a dynamic and competitive environment.

---

### Keywords

Managing Relationships, Multiple Stakeholders, Strategic Management



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

---

## PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks dan kompetitif, keberhasilan organisasi tidak hanya ditentukan oleh seberapa baik ia mengelola sumber daya internalnya, tetapi juga oleh kemampuannya dalam membangun dan mengelola hubungan dengan para pemangku kepentingan (stakeholders).<sup>1</sup> Stakeholders mencakup individu atau kelompok yang memiliki kepentingan langsung maupun tidak langsung terhadap keberlangsungan organisasi, seperti pelanggan, karyawan, investor, pemerintah, pemasok, komunitas lokal, hingga media massa. Setiap stakeholders membawa harapan, kebutuhan, dan kepentingannya masing-masing yang kadang selaras namun sering kali juga berpotensi bertentangan. Oleh karena itu, dalam kerangka manajemen strategis, pengelolaan hubungan dengan berbagai stakeholders menjadi elemen

---

<sup>1</sup> Munirah Munirah et al., "EMPOWERING WOMEN THROUGH ENTREPRENEURSHIP IN URBAN COMMUNITIES," *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 4 (2024): 6520–27.

penting dalam memastikan tercapainya tujuan jangka panjang organisasi secara berkelanjutan.<sup>2</sup>

Manajemen strategis merupakan proses penyusunan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan yang memungkinkan suatu organisasi untuk mencapai tujuannya secara efektif. Dalam praktiknya, manajemen strategis tidak hanya berkutat pada analisis lingkungan eksternal dan internal, formulasi strategi, serta implementasinya, tetapi juga mencakup bagaimana organisasi mengintegrasikan peran stakeholders ke dalam setiap tahap pengambilan keputusan strategis. Keterlibatan stakeholders secara aktif dapat memberikan nilai tambah dalam bentuk informasi yang relevan, dukungan operasional, legitimasi sosial, serta kestabilan lingkungan bisnis. Sebaliknya, pengabaian terhadap suara dan ekspektasi stakeholders dapat menimbulkan konflik, penolakan sosial, atau bahkan krisis reputasi yang berdampak negatif terhadap kinerja organisasi.<sup>3</sup>

Mengelola hubungan dengan berbagai stakeholders menuntut kemampuan komunikasi yang efektif, pemetaan kepentingan yang akurat, dan pendekatan kolaboratif yang inklusif. Organisasi harus mampu mengidentifikasi siapa saja stakeholders utama mereka, memahami kepentingan masing-masing pihak, serta menentukan strategi keterlibatan yang sesuai berdasarkan pengaruh dan kepentingan mereka terhadap organisasi. Misalnya, pelanggan membutuhkan produk dan layanan yang berkualitas, sementara karyawan mengharapkan kesejahteraan dan kepastian karier. Pemerintah menuntut kepatuhan terhadap regulasi, dan masyarakat menginginkan kontribusi terhadap pembangunan sosial dan lingkungan. Keseimbangan antara berbagai kepentingan tersebut hanya dapat dicapai jika organisasi memiliki visi strategis yang terbuka dan tanggap terhadap dinamika hubungan eksternal.<sup>4</sup>

Selain itu, era digitalisasi dan keterbukaan informasi dewasa ini telah memperluas peran stakeholders dalam mempengaruhi arah kebijakan organisasi. Media sosial, misalnya, memungkinkan pelanggan dan masyarakat luas untuk menyuarakan pendapat mereka secara masif dan cepat, yang dapat memengaruhi reputasi dan persepsi publik terhadap suatu merek. Oleh karena itu, organisasi dituntut untuk membangun sistem pengelolaan stakeholders yang adaptif, berbasis data, dan didukung oleh teknologi yang mendukung monitoring dan respon yang cepat terhadap berbagai isu strategis. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan stakeholders, tetapi juga memperkuat posisi kompetitif organisasi di tengah lingkungan bisnis

---

<sup>2</sup> Lantip Diat Prasajo, Amirul Mukminin, and Fitri Nur Mahmudah, "Manajemen Strategi Human Capital Dalam Pendidikan," *Yogyakarta: UNY Press, Edisi 1*, no. 3 (2017): 16–24.

<sup>3</sup> Farid Fauzi, S Gajah, and P Takengon, "Impelemntasi Manajemen Strategis Pada Program School Improvement Di MTS Maqama Mahmuda," *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)* 5, no. 1 (2020): 26–43.

<sup>4</sup> Ahmad Khori, "Manajemen Strategik Dan Mutu Pendidikan Islam," *Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1 (2016): 75–99.

yang terus berubah.<sup>5</sup>

Pengelolaan hubungan dengan stakeholders dalam manajemen strategis bukan sekadar aktivitas pelengkap, melainkan bagian integral dari proses pengambilan keputusan yang berorientasi jangka panjang. Keberhasilan organisasi dalam menjalankan strategi tidak hanya diukur dari pencapaian target keuangan, tetapi juga dari sejauh mana strategi tersebut mencerminkan komitmen terhadap nilai-nilai keberlanjutan, tanggung jawab sosial, dan keseimbangan kepentingan semua pihak yang terlibat. Dengan demikian, pemahaman yang mendalam tentang dinamika hubungan antar stakeholders serta strategi pengelolaannya menjadi kunci penting dalam membangun organisasi yang tangguh, beretika, dan berdaya saing tinggi.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode literature review, yang bertujuan untuk mengkaji berbagai sumber ilmiah terkait perencanaan kebutuhan tenaga pendidik dan kependidikan guna memperoleh pemahaman yang komprehensif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui telaah terhadap jurnal ilmiah, buku akademik, laporan penelitian, serta kebijakan pendidikan yang relevan, baik dari sumber nasional maupun internasional. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis), dengan cara mengidentifikasi, membandingkan, dan mensintesis berbagai temuan dari literatur yang ada untuk mengungkap tren, tantangan, serta rekomendasi dalam perencanaan kebutuhan tenaga pendidik dan kependidikan. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam dan menjadi dasar bagi pengembangan kebijakan pendidikan yang lebih efektif.<sup>6</sup>

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Jaringan Dan Koalisi Stekeholders Dalam Manajemen Strategis.**

Dalam konteks manajemen strategis, jaringan dan koalisi stakeholders memainkan peranan krusial dalam menentukan arah kebijakan serta pencapaian tujuan organisasi secara efektif dan berkelanjutan. Stakeholders atau para pemangku kepentingan merupakan individu, kelompok, atau institusi yang memiliki kepentingan langsung maupun tidak langsung terhadap keberlangsungan organisasi, baik dalam bentuk dukungan, pengaruh, maupun sumber daya. Dalam lingkungan bisnis atau organisasi yang semakin kompleks dan dinamis, membangun

---

<sup>5</sup> Maria Christina Pongantung, Salmin Dengo, and Rully Mambo, "Manajemen Strategis Pemerintah Desa Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Di Desa Motoling Dua Kecamatan Motoling Kabupaten Minahasa Selatan," *Jurnal Administrasi Publik* 7, no. 103 (2021).

<sup>6</sup> Nurussalami Nurussalami, "Pengelolaan Tenaga Pendidik Dan Kependidikan Dalam Peningkatkan Mutu Pendidikan," *Intelektualita* 11, No. 01 (2022).

jaringan dan koalisi dengan stakeholders bukan hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga strategi penting untuk memastikan keberhasilan implementasi visi, misi, dan rencana strategis organisasi.<sup>7</sup>

Jaringan stakeholders mengacu pada keterhubungan antara organisasi dengan berbagai pihak yang terlibat atau terdampak oleh aktivitas organisasi, seperti pelanggan, pemasok, pemerintah, komunitas, mitra bisnis, hingga lembaga keuangan. Melalui jaringan ini, organisasi dapat membangun komunikasi yang terbuka, memperluas akses informasi, serta membangun kepercayaan dan kerja sama jangka panjang. Dalam manajemen strategis, informasi yang diperoleh dari jaringan stakeholders sangat penting untuk menganalisis lingkungan eksternal, memahami kebutuhan pasar, serta mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin muncul. Lebih jauh lagi, jaringan yang solid akan membantu organisasi menjadi lebih adaptif terhadap perubahan dan lebih responsif terhadap isu-isu sosial dan ekonomi yang berkembang.

Selain jaringan, koalisi stakeholders juga memiliki peran penting dalam proses pengambilan keputusan strategis. Koalisi adalah bentuk kerja sama strategis antara dua pihak atau lebih yang memiliki kepentingan yang sama atau sejalan dalam mendukung tujuan organisasi. Koalisi ini biasanya terbentuk melalui negosiasi dan komitmen bersama yang berlandaskan pada prinsip saling menguntungkan (*mutual benefit*). Dalam proses formulasi strategi, keberadaan koalisi memungkinkan organisasi untuk mendapatkan dukungan politik, sumber daya tambahan, dan legitimasi sosial. Misalnya, dalam pengembangan proyek infrastruktur publik, keberhasilan implementasi sangat tergantung pada kemampuan organisasi membentuk koalisi dengan pemerintah daerah, masyarakat lokal, dan sektor swasta. Koalisi yang kuat dapat meminimalisasi konflik, meningkatkan efisiensi implementasi, serta mempercepat tercapainya tujuan strategis.<sup>8</sup>

Manajemen strategis yang efektif menuntut kemampuan untuk mengelola hubungan antar stakeholders secara dinamis. Dalam banyak kasus, kepentingan stakeholders bisa saja saling bertentangan, sehingga organisasi perlu memiliki pendekatan yang tepat untuk menciptakan sinergi dan harmoni. Di sinilah pentingnya analisis stakeholders secara sistematis. Organisasi perlu mengidentifikasi siapa saja stakeholders utama, bagaimana tingkat kepentingan dan pengaruh mereka, serta bagaimana membangun strategi komunikasi dan negosiasi yang sesuai. Strategi yang inklusif, partisipatif, dan transparan sering kali menjadi kunci dalam membangun hubungan yang kuat dan langgeng dengan stakeholders.

---

<sup>7</sup> Aris Munandar, "Manajemen Strategik Dan Mutu Pendidikan Islam," *NUR EL-ISLAM: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Keagamaan* 6, no. 2 (2019): 73–97.

<sup>8</sup> A R Murniati and Nasir Usman, *Implementasi Manajemen Stratejik Dalam Pemberdayaan Sekolah Menengah Kejuruan* (Perdana Publishing, 2009).

Dalam praktiknya, jaringan dan koalisi stakeholders tidak hanya bermanfaat bagi organisasi, tetapi juga memberikan ruang bagi partisipasi publik dan pemberdayaan komunitas. Ketika organisasi secara aktif melibatkan stakeholders dalam proses strategis, maka akan tercipta rasa memiliki (*sense of ownership*) yang tinggi. Hal ini berdampak positif terhadap loyalitas, reputasi, dan keberlanjutan program. Sebagai contoh, dalam sektor pendidikan, kolaborasi antara sekolah, orang tua, dunia usaha, dan pemerintah dalam menyusun strategi peningkatan mutu pendidikan akan memberikan hasil yang lebih maksimal dibandingkan pendekatan top-down yang eksklusif.<sup>9</sup>

Dengan demikian, jaringan dan koalisi stakeholders merupakan instrumen strategis dalam manajemen modern yang tidak bisa diabaikan. Di tengah tantangan globalisasi, teknologi, dan tuntutan masyarakat yang semakin tinggi, organisasi dituntut untuk membuka diri, menjalin kemitraan yang luas, serta membangun koalisi yang kuat dan berorientasi pada keberlanjutan. Keberhasilan strategi organisasi sangat bergantung pada sejauh mana organisasi mampu membangun dan mengelola jaringan serta koalisi stakeholders secara bijak, profesional, dan visioner. Dalam jangka panjang, sinergi antara organisasi dan stakeholders akan menciptakan nilai tambah, memperkuat daya saing, dan meningkatkan kontribusi organisasi terhadap pembangunan yang berkelanjutan.

### **Peran Ganda Stakeholders Dalam Manajemen Strategis.**

Dalam konteks manajemen strategis, stakeholders memegang peranan yang sangat penting dan bahkan memiliki peran ganda yang saling berkaitan dalam menentukan arah, keberlanjutan, serta efektivitas strategi yang diambil oleh suatu organisasi. Stakeholders tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat dari kebijakan strategis, tetapi juga sebagai pihak yang aktif mempengaruhi proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi tersebut. Stakeholders meliputi berbagai pihak yang memiliki kepentingan terhadap organisasi, seperti pemegang saham, manajer, karyawan, pelanggan, pemasok, pemerintah, masyarakat sekitar, hingga media massa. Peran ganda ini menuntut organisasi untuk tidak hanya fokus pada kepentingan internal, tetapi juga memperhatikan ekspektasi eksternal yang dapat berdampak signifikan terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

Peran pertama stakeholders adalah sebagai penggerak strategi (*strategic driver*). Dalam peran ini, stakeholders terlibat langsung dalam pembentukan visi, misi, dan tujuan strategis organisasi. Mereka memberikan input, ide, serta tuntutan yang menjadi dasar dalam pengambilan

---

<sup>9</sup> Desi Khairunnisa Mahrani and Dewi Puryanti, "Analisis Strategi Komunikasi Korporat Terhadap Keberhasilan Organisasi Dalam Manajemen Bisnis," *Andromeda* 1, no. 2 (2023): 51–56.

keputusan jangka panjang. Misalnya, pemegang saham mengharapkan pertumbuhan nilai investasi, sedangkan pelanggan menginginkan produk berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif. Karyawan mengharapkan keamanan kerja dan kesempatan berkembang, sementara masyarakat dan pemerintah menuntut tanggung jawab sosial dan keberlanjutan lingkungan. Semua tuntutan ini harus dikompilasi dan diharmonisasikan dalam strategi yang dapat memberikan nilai tambah bagi seluruh pihak.<sup>10</sup>

Peran kedua adalah sebagai pengawas dan penyeimbang (check and balance). Stakeholders memiliki hak dan kepentingan untuk mengawasi jalannya implementasi strategi dan memberikan umpan balik terhadap hasil yang dicapai. Dalam hal ini, mereka dapat menjadi kekuatan kontrol yang mendorong organisasi agar tetap pada jalur strategis yang telah ditetapkan. Misalnya, media dapat menyoroti praktik bisnis yang tidak etis, LSM bisa menekan organisasi untuk menerapkan prinsip keberlanjutan, dan regulator pemerintah dapat mengenakan sanksi apabila organisasi melanggar ketentuan. Peran pengawasan ini penting untuk memastikan bahwa strategi yang dijalankan tidak menyimpang dari nilai-nilai etika, hukum, dan norma sosial.

Selain itu, peran ganda stakeholders dalam manajemen strategis juga menciptakan dinamika interaksi yang kompleks. Interaksi antar stakeholder bisa menciptakan sinergi yang positif atau bahkan konflik kepentingan yang harus dikelola secara bijak. Oleh karena itu, pemetaan stakeholders (stakeholder mapping) menjadi bagian penting dalam manajemen strategis untuk mengidentifikasi siapa saja yang memiliki pengaruh besar terhadap organisasi, apa kepentingan mereka, dan bagaimana strategi komunikasi serta pendekatan yang harus dilakukan. Strategi yang efektif adalah strategi yang mampu menjalin kolaborasi dan menjaga keseimbangan antara kepentingan stakeholders yang beragam.<sup>11</sup>

Lebih jauh, keterlibatan stakeholders dalam manajemen strategis mencerminkan prinsip governance yang baik dan transparan. Organisasi yang membuka ruang partisipasi bagi stakeholders dalam pengambilan keputusan strategis cenderung lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan eksternal. Partisipasi ini juga meningkatkan legitimasi dan kepercayaan publik terhadap organisasi. Misalnya, dalam perusahaan publik, keterlibatan investor dan analisis keuangan dalam rapat umum pemegang saham adalah bentuk nyata dari pengaruh stakeholders

---

<sup>10</sup> Andi Nirmayanthi et al., "Implementasi Manajemen Strategik Berbasis Sekolah," *Cognoscere: Jurnal Komunikasi Dan Media Pendidikan* 2, no. 3 (2024): 1–10.

<sup>11</sup> Tri Fenny Ramadani et al., "Eksplorasi Konsep Dan Model Kepemimpinan Dalam Manajemen Strategik," *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research* 2, no. 2 (2024): 243–64.

dalam menentukan arah strategis perusahaan.<sup>12</sup>

Dengan demikian, peran ganda stakeholders dalam manajemen strategis tidak dapat dipandang sebelah mata. Mereka bukan hanya objek dari strategi, tetapi juga subjek yang membentuk dan mengarahkan strategi itu sendiri. Mengelola peran ganda ini membutuhkan kemampuan komunikasi yang efektif, transparansi, dan kepekaan terhadap dinamika sosial dan ekonomi. Organisasi yang mampu melibatkan stakeholders secara aktif dan positif dalam setiap tahap manajemen strategis akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat serta ketahanan jangka panjang yang lebih kokoh dalam menghadapi tantangan global.

### **Peran Khusus Manajemen Stakeholders Dalam Manajemen Strategis.**

Manajemen strategis merupakan proses penting dalam suatu organisasi untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan jangka panjangnya. Di dalam proses ini, peran manajemen stakeholders menjadi sangat vital dan memiliki posisi strategis tersendiri. Stakeholders adalah individu atau kelompok yang memiliki kepentingan atau terpengaruh oleh kegiatan organisasi, seperti pemilik, karyawan, pelanggan, pemasok, pemerintah, dan masyarakat umum. Oleh karena itu, keberhasilan strategi suatu organisasi tidak hanya ditentukan oleh keunggulan kompetitif internal, tetapi juga oleh sejauh mana organisasi mampu mengelola hubungan dan ekspektasi dari para stakeholders-nya.

Peran khusus manajemen stakeholders dalam manajemen strategis dapat dilihat sejak tahap awal perumusan strategi. Identifikasi stakeholders yang relevan dan pemahaman mendalam terhadap kepentingan mereka membantu organisasi menyusun visi, misi, dan tujuan strategis yang responsif terhadap kebutuhan lingkungan eksternal dan internal. Melalui analisis stakeholders, organisasi dapat mengetahui siapa yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan strategi dan siapa yang paling rentan terhadap dampak dari strategi yang diterapkan. Hal ini memungkinkan organisasi untuk membuat prioritas tindakan serta menghindari konflik yang bisa menghambat proses implementasi strategi.<sup>13</sup>

Selanjutnya, manajemen stakeholders juga berperan dalam pengumpulan informasi yang relevan untuk analisis lingkungan strategis. Melalui komunikasi yang terbuka dengan stakeholders, organisasi dapat memperoleh wawasan penting tentang tren pasar, perubahan regulasi, teknologi baru, hingga dinamika sosial politik yang mempengaruhi operasional bisnis.

---

<sup>12</sup> Neneng Nurmalasari and Imas Masitoh, "Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial," *Journal of Management Review* 4, no. 3 (2020): 543–48.

<sup>13</sup> Tri Atmadji Sutikno, "Manajemen Strategik Pendidikan Kejuruan Dalam Menghadapi Persaingan Mutu," *Teknologi Dan Kejuruan* 36, no. 1 (2014).

Stakeholders seperti pelanggan dan mitra bisnis bisa menjadi sumber data primer dalam memahami perilaku konsumen atau inovasi produk, sedangkan pemerintah dan organisasi masyarakat dapat memberi masukan terkait kebijakan publik dan tanggung jawab sosial perusahaan. Informasi ini sangat bermanfaat dalam melakukan analisis SWOT dan menentukan arah strategi yang adaptif.

Pada tahap implementasi strategi, manajemen stakeholders berperan dalam membangun dukungan serta komitmen dari para pihak yang berkepentingan. Strategi yang baik pun akan sulit dijalankan jika tidak ada penerimaan atau dukungan dari pihak-pihak utama. Di sinilah pentingnya pendekatan partisipatif dan kolaboratif dalam manajemen stakeholders. Melibatkan stakeholders dalam proses pengambilan keputusan menciptakan rasa memiliki terhadap strategi yang dirumuskan. Misalnya, pelibatan karyawan dalam proses perubahan organisasi dapat meningkatkan motivasi dan mengurangi resistensi terhadap kebijakan baru. Sementara itu, komunikasi yang efektif dengan pelanggan dan masyarakat dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan terhadap organisasi.<sup>14</sup>

Dalam konteks evaluasi dan pengendalian strategi, manajemen stakeholders tetap memegang peranan penting. Respons dan umpan balik dari stakeholders menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan strategi yang dijalankan. Apabila terdapat ketidaksesuaian antara hasil yang dicapai dengan harapan stakeholders, maka organisasi perlu melakukan penyesuaian terhadap kebijakan strategisnya. Selain itu, hubungan jangka panjang yang dibina dengan para stakeholders dapat menjadi sumber keberlanjutan organisasi di tengah lingkungan yang dinamis dan penuh tantangan.<sup>15</sup>

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa manajemen stakeholders bukan hanya pelengkap dalam manajemen strategis, tetapi merupakan bagian integral yang mempengaruhi setiap tahapan proses strategis. Organisasi yang mampu membangun sinergi positif dengan para stakeholders memiliki peluang lebih besar untuk meraih keunggulan kompetitif dan keberlanjutan. Oleh karena itu, pendekatan yang inklusif, komunikatif, dan adaptif terhadap stakeholders perlu menjadi landasan dalam setiap kebijakan strategis organisasi. Di era globalisasi dan keterbukaan informasi seperti saat ini, organisasi dituntut untuk tidak hanya fokus pada kepentingan internal, tetapi juga harus peka terhadap harapan eksternal, agar strategi yang disusun dapat memberikan manfaat secara luas, tidak hanya bagi organisasi, tetapi juga bagi

---

<sup>14</sup> Qudrat Nugraha, "Manajemen Strategis," *Manajemen Strategis Pemerintahan*, 2014.

<sup>15</sup> Nurussalami, "Pengelolaan Tenaga Pendidik Dan Kependidikan Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan."

seluruh pemangku kepentingan.

## **KESIMPULAN**

Dalam manajemen strategis, pengelolaan hubungan dengan berbagai stakeholders merupakan aspek krusial yang mencakup pembentukan jaringan dan koalisi yang kuat, pemahaman terhadap peran ganda yang diemban oleh berbagai pihak, serta penetapan peran khusus dalam manajemen. Jaringan dan koalisi berfungsi untuk menciptakan sinergi dan aliansi strategis dalam mencapai tujuan organisasi, sementara peran ganda menuntut kemampuan manajerial untuk menangani kepentingan yang saling bertentangan secara bijaksana. Di sisi lain, peran khusus manajemen diperlukan untuk memfasilitasi komunikasi, menjaga kepercayaan, dan menciptakan nilai tambah bagi seluruh stakeholders. Dengan mengelola ketiga aspek ini secara efektif, organisasi dapat meningkatkan legitimasi, memperkuat posisi strategis, dan memastikan keberlanjutan dalam lingkungan yang dinamis dan kompetitif.

## **REFERENCES**

- Fauzi, Farid, S Gajah, and P Takengon. "Implemntasi Manajemen Strategis Pada Program School Improvement Di MTS Maqama Mahmuda." *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)* 5, no. 1 (2020): 26–43.
- Khori, Ahmad. "Manajemen Strategik Dan Mutu Pendidikan Islam." *Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1 (2016): 75–99.
- Mahrani, Desi Khairunnisa, and Dewi Puryanti. "Analisis Strategi Komunikasi Korporat Terhadap Keberhasilan Organisasi Dalam Manajemen Bisnis." *Andromeda* 1, no. 2 (2023): 51–56.
- Munandar, Aris. "Manajemen Strategik Dan Mutu Pendidikan Islam." *NUR EL-ISLAM: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Keagamaan* 6, no. 2 (2019): 73–97.
- Munirah, Munirah, Asfahani Asfahani, Tamrin Fathoni, Agustin Hanivia Cindy, and Zainol Hasan. "EMPOWERING WOMEN THROUGH ENTREPRENEURSHIP IN URBAN COMMUNITIES." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 4 (2024): 6520–27.
- Murniati, A R, and Nasir Usman. *Implementasi Manajemen Strategik Dalam Pemberdayaan Sekolah Menengah Kejuruan*. Perdana Publishing, 2009.
- Nirmayanthi, Andi, Mohammad Ali Fadlalla Abdalla, Mardhiah Hasan, and St Syamsudduha. "Implementasi Manajemen Strategik Berbasis Sekolah." *Cognoscere: Jurnal Komunikasi Dan Media Pendidikan* 2, no. 3 (2024): 1–10.
- Nugraha, Qudrat. "Manajemen Strategis." *Manajemen Strategis Pemerintahan*, 2014.
- Nurmalasari, Neneng, and Imas Masitoh. "Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial." *Journal of Management Review* 4, no. 3 (2020): 543–48.
- Nurussalami, Nurussalami. "Pengelolaan Tenaga Pendidik Dan Kependidikan Dalam Peningkatkan Mutu Pendidikan." *Intelektualita* 11, no. 01 (2022).
- Pongantung, Maria Christina, Salmin Dengo, and Rully Mambo. "Manajemen Strategis Pemerintah Desa Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Di Desa Motoling Dua Kecamatan Motoling Kabupaten Minahasa Selatan." *Jurnal Administrasi Publik* 7, no. 103 (2021).
- Prasojo, Lantip Diat, Amirul Mukminin, and Fitri Nur Mahmudah. "Manajemen Strategi Human Capital Dalam Pendidikan." *Yogyakarta: UNY Press, Edisi* 1, no. 3 (2017): 16–24.
- Ramadani, Tri Fenny, Ahmad Ahmad, Annisa Marcellah, and Ahmad Mukhtar. "Eksplorasi Konsep Dan Model Kepemimpinan Dalam Manajemen Strategik." *Indonesian Journal of Innovation*

*Multidisipliner Research* 2, no. 2 (2024): 243–64.

Sutikno, Tri Atmadji. “Manajemen Strategik Pendidikan Kejuruan Dalam Menghadapi Persaingan Mutu.” *Teknologi Dan Kejuruan* 36, no. 1 (2014).