

MAKALAH
KEUNGGULAN KOMPETITIF DALAM MSDM

Disusun guna memenuhi salah satu tugas mata kuliah MSDM Strategik

Dosen Pembimbing: Setyabudi Indartono, Ph.D



Disusun oleh:

Dimas Pradopo	19808141161
Apdariza Alfrida Yumarnis	19808144003
Guntur Dwi Prasetyo	19808144009
Karimah Izatu Nisa	19808144030
Devia Pristania	19808144031
Sari Sulastri	19808144036

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

2021

A. LATAR BELAKANG

Pada umumnya, persaingan atau kompetisi merupakan proses bersaingnya antara penjual yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan, pangsa pasar, dan jumlah penjualan. Para penjual biasanya berusaha untuk menjadi yang terbaik dengan membedakan harga, produk, distribusi, dan promosi. Menurut Adam Smith pada *The Wealth of Nations* (1776), persaingan akan mendorong alokasi factor produksi ke arah penggunaan yang paling bernilai tinggi dan efisien. Proses ini sering disebut dengan tangan tak terlihat atau *Invisible hand*.

Persaingan bisnis pada dasarnya disebabkan oleh kesalahan strategi yang mana kesalahan tersebut dapat dipelajari dan dimanfaatkan oleh pelaku bisnis lainnya sebagai peluang yang mampu mencuri perhatian konsumen. Akan tetapi, diluar itu semua persaingan menjadi hal yang wajar dalam dunia bisnis dan pelaku bisnis pun sudah sadar penuh akan risiko tersebut. Untuk itu, tidak heran jika sudah sewajarnya pelaku bisnis mengerti, memahami dan menyusun strategi dengan hati-hati serta bijak. Hal itu dikarenakan persaingan dalam berbisnis bukan suatu hal yang mengerikan yang harus selalu dihindari begitu saja tanpa ada sisi positifnya. Persaingan bisnis menghadirkan berbagai manfaat bagi pelaku bisnis yang sering kali tidak terduga dan banyak.

Kompetisi atau persaingan merupakan hal yang dipastikan akan selalu ada dalam dunia bisnis, karena hal ini yang mendorong para pebisnis untuk selalu kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produknya untuk menjadi lebih baik lagi dan lagi.

- Dampak positif dari persaingan yakni sebagai berikut:

1. Menghadirkan motivasi tinggi bagi pelaku bisnis.

Bahwa persaingan dapat disebabkan karena adanya kesalahan yang dapat dijadikan peluang bagi pelaku bisnis lain dengan menciptakan produk atau jasa yang lebih unggul.

2. Membantu untuk keluar dari zona nyaman

Persaingan bisnis memiliki zona yang penuh dengan tantangan. Untuk itu, pelaku bisnis harus mau keluar dari zona nyaman yang selama ini telah dijalankan.

3. Membantu meningkatkan kinerja dalam berbisnis

Pelaku bisnis dapat lebih maksimal lagi dalam melakukan kegiatan promosi agar meningkatkan angka penjualan, dan melakukan strategi bisnis lainnya yang mampu meningkatkan dan mempertahankan bisnisnya

- Dampak positif dari persaingan yakni sebagai berikut:
 1. Kemungkinan terjadinya pelanggaran etika bisnis
 Dalam persaingan mungkin saja terjadi hal-hal antara penjual satu dengan penjual lainnya, hal tersebut dapat melanggar etika bisnis
 2. Kesulitan tumbuhnya bisnis pemula
 Karena tingginya persaingan bisnis, pembisnis permula akan takut untuk tumbuh dan makin kesulitan untuk mengembangkan bisnisnya, karena mereka berpikir bahwa produknya tidak bisa bersaing dengan pembisnis yang sudah terkenal
 3. Terjadinya perang harga yang merugikan bagi semua pesaing
 Harga yang sering menjadi pilihan utama para konsumen menyebabkan para penjual kadang menjual barangnya dibawah pasaran agar cepat laku.
 4. Menghasilkan bisnis monopoli dalam persaingan yang liar
 Terkadang karena ketatnya persaingan justru menjadikan persaingan menjadi tidak sehat dan menjadikan bisnis monopoli yang liar.

B. KAJIAN PUSTAKA

- Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik lingkungan eksternal dan internal untuk suatu tujuan bisnis tertentu. SWOT merupakan akronim dari kata: kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT. SWOT melibatkan penentuan tujuan spekulasi bisnis atau proyek yang spesifik dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak mendukung dalam mencapai tujuan tersebut. Proses ini akan lebih baik dibahas dengan menggunakan tabel yang dibuat dalam kertas besar sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek. kegunaan analisis metode SWOT:

1. Mengoptimalkan keunggulan bisnis kamu.
2. Mengidentifikasi peluang bisnis

3. Mengurangi dampak kelemahan bisnis
4. Mengetahui ancaman bisnis lebih awal

- Analisis VRIO

Analisis VRIO adalah alat yang digunakan untuk menganalisis sumber perusahaan internal dan kemampuan untuk mengetahui apakah mereka dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan. VRIO framework tersusun dalam rangkaian empat pertanyaan mengenai aktifitas bisnis perusahaan yaitu (1) Value, (2) Rarity, (3) Inimitability, dan (4) Organization. Menurut (Rothaermel, 2012), suatu perusahaan dapat memberikan sebuah value kepada pelanggan ketika keunggulan tersebut dapat meningkatkan perceived value perusahaan tersebut di benak konsumen, sehingga dengan meningkatnya perceived value, maka dapat juga meningkatkan pendapatan perusahaan. Untuk memenuhi syarat kedua yaitu Rare atau langka, suatu perusahaan harus memiliki sesuatu yang tidak banyak dimiliki oleh kompetitor-kompetitornya (Rothaermel, 2012).

- Keunggulan Kompetitif

Menurut Michael Porter (1985) dalam bukunya berjudul “Competitive Advantage”, adalah jantung dari kinerja perusahaan dalam pasar yang pesaing. Menjelaskan tentang bagaimana sebuah perusahaan benar-benar menempatkan strategi-strategi generik ke dalam praktik. Keunggulan kompetitif adalah suatu kondisi di mana perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Perusahaan berhasil menerapkan strategi penciptaan nilai. Dan, pesaing tidak dapat atau terlalu mahal untuk menduplikasi keunggulan ini.

Bagi investor, perusahaan unggul menawarkan pengembalian yang lebih baik. Mereka memiliki risiko gagal bayar yang rendah karena mereka dapat membayar kembali pinjaman dan bunga. Untuk investor saham atau pemegang saham, kinerja luar biasa diterjemahkan ke dalam dividen yang lebih tinggi, capital gain yang lebih tinggi, atau kombinasi keduanya.

Bagi konsumen, keunggulan kompetitif berarti produk perusahaan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Ketika perusahaan bersaing untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, itu meningkatkan pilihan konsumen untuk produk yang lebih murah atau berkualitas lebih baik

C. ISU UTAMA

Jumlah karyawan yang bekerja di PT Unilever Indonesia secara keseluruhan pada tahun 2018 mencapai 5.729 karyawan. Hal ini tentu saja bukan jumlah yang sedikit dalam ukuran sebuah perusahaan. Jumlah karyawan yang banyak ini tentu saja membutuhkan perhatian ekstra dari perusahaan Unilever tersebut dalam mengembangkan dan melatih para SDMnya.

D. Solusi Terhadap Isu yang Dihadapi Tersebut

Untuk mengatasi permasalahan dalam pengelolaan SDM, PT Unilever dapat melakukan pelatihan karyawan dengan menyiapkan modul/panduan training yang berguna untuk meningkatkan kualitas SDM. Program pelatihan sendiri dapat berisi macam-macam materi seperti kemampuan umum, kemampuan memimpin, kemampuan berkomunikasi dan tata etika serta profesionalitas karyawan.

Perusahaan juga harus terus mendorong para karyawan untuk konsisten dalam mengembangkan diri serta mempertahankan work-life balance. Dengan mengembangkan dan mempertahankan SDM-SDM yang handal dan berkualitas akan sangat menguntungkan bagi perusahaan, karena mereka (karyawan) yang berperan utama dalam pengembangan perusahaan.

Sistem reward/penghargaan kepada karyawan. Perusahaan dapat memberikan penghargaan kepada SDMnya (karyawan) sesuai porsinya. Dengan begitu, karyawan lain akan termotivasi untuk menjadi lebih baik, dan berdampak besar dalam perkembangan perusahaan.

E. Referensi

Profil PT. Unilever pada laman resimnya <https://www.unilever.co.id/>

A Wijayanto. 2013. KEARIFAN LOKAL (LOCAL WISDOM) DALAM PRAKTIK BISNIS DI INDONESIA. Jurnal Ilmu Sosial Vol 12, No. 1 hal :16-28

Budiyanto, Moch. Agus Krisno. 2010. Model Pengembangan Ketahanan Pangan Berbasis Pisang Melalui Revitalisasi Nilai Kearifan Lokal. Jurnal Teknik Industri, Vol. 11, No. 2, Agustus 2010: 170–177

Paulus Rudolf Yuniarto. 2014. Masalah Globalisasi di Indonesia: Antara Kepentingan, Kebijakan, dan Tantangan. Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 5, No. 1, 2014, Hal. 67-95

UU No. 39 Tahun 2004 tentang Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia di dalam laman <https://pih.kemlu.go.id/> diakses pada Kamis, 4 Maret 2021 pukul 10.20

Artikel Online berjudul “Solusi bagi Perlindungan TKW” dalam laman <http://lipi.go.id/> , diakses pada Kamis 4 Maret 2021 pukul 11.00