

ANALISIS STRATEGI GENERIC MICHAEL E PORTER PADA PRODUK HYUNDAI PT. SHINARI PUTRA KENCANA KOTA PADANG

Widya Rahmawati¹, Sapta Eka Putra², Yuliarni Putri³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen Retail Universitas Tamansiswa Padang

E-mail : widyar207@gmail.com¹, saptaeaka54putra@gmail.com², yuliarniputri90@gmail.com³

Abstrak - PT. Shinari Putra Kencana adalah perusahaan yang memegang merek Hyundai yang memiliki 6 cabang dealer yaitu Bandung, Bekasi, Lampung, Padang, Medan dan Aceh. Perusahaan yang ada di kota Padang berdiri sejak tahun 2020 yang saat ini dipimpin oleh ibu Wewen. Hyundai sekarang ini dipegang langsung oleh Korea, ATPMnya sekarang adalah Hyundai Motor Indonesia yang bertempat di Cikarang dan sudah memiliki pabrik yang dapat merakit beberapa tipe kendaraan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif untuk menghasilkan gambaran data yang akurat.

Hasil analisa menunjukkan bahwa pada strategi kepemimpinan harga PT. Shinari Putra Kencana Kota Padang, perusahaan melakukan strategi bersaing dengan menawarkan harga yang murah dari pesaing lain. Memberikan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat yang ingin memiliki kendaraan. PT. Shinari Putra Kencana Kota Padang juga menekan biaya overhead pada barang dan jasa agar pembeli tidak beralih ke pesaing lain. Strategi diferensiasi PT. Shinari Putra Kencana Kota Padang menawarkan produk Hyundai yang memiliki biaya perawatan yang lebih rendah, jasa pelayanan yang lebih baik, perawatan yang tidak memakan waktu lama dan oncederil yang tidak susah untuk mendapatkannya atau langka, kenyamanan yang lebih besar dalam produk serta fitur produk dan pelanan yang lebih banyak. Pada strategi fokus. PT. Shinari Putra Kencana Kota Padang fokus pada keunggulan produk pada beberapa tipe yang dapat membedakan Hyundai dengan pesaing lain seperti fitur-fitur yang ada di dalam mobil (ventilated seat, wireless charger, Air purifier ini mampu membersihkan udara yang ada di dalam kabin dari debu dan kotoran, ruang interior yang luas dan nyaman), desain mobil, dan kenyamanan.

Kata kunci : Strategi Generik Michsel E Porter; Strategi Kepemimpinan Harga; Strategi Diferensiasi; Strategi Fokus.

Abstract - PT. Shinari Putra Kencana is a company that holds the Hyundai brand which has 6 branch dealers, namely Bandung, Bekasi, Lampung, Padang, Medan and Aceh. The company in Padang City was founded in 2020 and is currently led by Ibu Wewen. Hyundai is currently held directly by Korea, the ATPM is now Hyundai Motor Indonesia which is located in Cikarang and already has a factory that can assemble several types of vehicles. This research was conducted using descriptive qualitative methods to produce an accurate picture of the data.

The analysis results show that the price leadership strategy of PT. Shinari Putra Kencana Padang City, the company carries out a competitive strategy by offering lower prices than other competitors. Providing prices that can be reached by people who want to own a vehicle. PT. Shinari Putra Kencana Kota Padang also reduces overhead costs on goods and services so that buyers do not switch to other competitors. PT strategy variations. Shinari Putra Kencana Padang City offers Hyundai products that have lower maintenance costs, better service, maintenance that doesn't take a long time and spare parts that are not difficult to get or rare, greater comfort in the product and better product features and services. more. On strategic focus. PT. Shinari Putra Kencana Padang City focuses on product excellence in several types that can differentiate Hyundai from other competitors, such as the features in the car (ventilated seats, wireless charger, this air purifier is able to clean the air in the cabin from dust and dirt, spacious and comfortable interior space), car design, and comfort.

Keywords: Michsel E Porter Generic Strategy; Cost Leadership Strateg; Strategy Differentiation; Focus Strategy.

1. PENDAHULUAN

Perusahaan yang maju dalam mengembangkan bisnisnya adalah perusahaan yang mampu

merumuskan tujuan perusahaan dan mampu menganalisa berbagai strategi bisnis agar perusahaan lebih maju lagi dari sebelumnya. Pola, gaya hidup dan minat belanja konsumen

di era digital saat ini sangat penting diperhatikan oleh perusahaan untuk dijadikan bahan evaluasi dan analisis bisnis agar perusahaan tetap bertahan dan tumbuh dalam pangsa pasarnya.

Strategi yang bisa digunakan untuk melihat kondisi perusahaan saat ini dapat menggunakan strategi Generik Michael E Porter atau disebut Porter's Five Force. Menurut Porter dalam David (2017) strategi mendapatkan keunggulan kompetitif dari tiga dasar yaitu kepemimpinan harga (cost leadership), diferensiasi (differentiation) dan fokus (focus). Strategi jangka panjang seharusnya diperoleh dari suatu usaha perusahaan untuk mencari keunggulan bersaing berdasarkan salah satu dari ketiga strategi generic (Syahril dan Baktiar, 2016).

Strategi Porter mengimplikasikan berbagai susunan, prosedur control dan sistem insetif organisasi (David, 2017). Strategi Generik merupakan pilihan bagi banyak perusahaan untuk menghadapi persaingan perusahaan yang mempunyai usaha dibidang yang sama (Ramadania dan Dharma, 2023)

PT. Shinari Putra Kencana adalah perusahaan yang memegang merek Hyundai yang memiliki 6 cabang dealer yaitu Bandung, Bekasi, Lampung, Padang, Medan dan Aceh. Perusahaan yang ada di kota Padang berdiri sejak tahun 2020 yang saat ini dipimpin oleh ibuk Wewen. Hyundai sekarang ini dipegang langsung oleh Korea Selatan, ATPM-nya sekarang adalah Hyundai Motor Indonesia yang bertempat di Cikarang dan sudah memiliki pabrik yang dapat merakit beberapa tipe kendaraan.

Kondisi saat ini yang didunia otomotif terutama kendaraan memiliki banyak pesaing atau kompetitor yang dilirik masyarakat luas. Berbagai macam jenis dan merek kendaraan beredar di pasar, hal ini memudahkan masyarakat dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan pribadi dan keluarga.

PT. Shinari Putra Kencana Kota Padang harus bisa mempertahankan konsumen atau pelanggan yang sudah ada dan mulai mengakuisisi

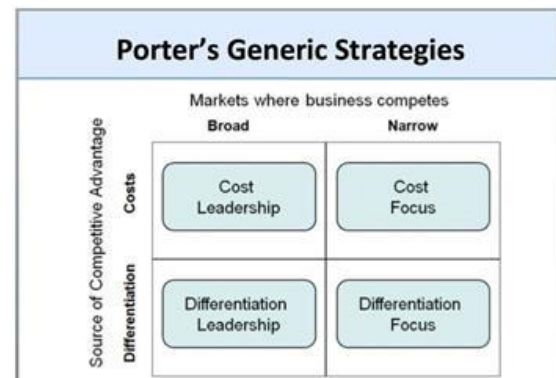
konsumen baru agar bisnis ini tetap berjalan dan meraih kemajuan. Perlu mempertimbangkan dan melakukan strategi apa yang akan dilakukan untuk mempertahankan bisnis tersebut.

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi Generik Michael E Porter yang dilakukan oleh PT. Shinari Putra Kencana Kota padang dengan tiga dasar strategi ini.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Strategi Generik Michael E Porter

Strategi ini merupakan strategi memungkinkan perusahaan/organisasi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dengan 3 dasar yaitu kepemimpinan harga (cost leadership), diferensiasi (differentiation) dan fokus (focus). Porter menekankan pentingnya pembuat keputusan untuk menjalankan analisis biaya-manfaat untuk mengevaluasi "peluang bersama" (sharing opportunities) diantara unit bisnis perusahaan saat ini dan unit potensial (David, 2017).



Gambar 2.1. Strategi Generik Michael E Porter
Sumber: Porter (2018)

2.2 Strategi Kepemimpinan Harga

Kunci utama alasan untuk melakukan strategi integrasi ke depan, ke belakang dan horizontal adalah untuk mendapatkan manfaat dari kepemimpinan harga. Strategi kepemimpinan harga biasanya merasuk keseluruhan perusahaan dengan bukti adanya efisiensi yang tinggi, overhead yang rendah,

fasilitas karyawan yang terbatas, tidak menoleransi keborosan, penyaringan yang ketat atas anggaran, rentang pengendalian yang lebar, kompensasi yang dihubungkan dengan penurunan biaya dan partisipasi karyawan dalam upayamengendalikan biaya (Porter,2018). Beberapa resiko dari menjalankan kepemimpinan harga adalah pesaing dapat meniru strategi ini sehingga dapat memicu penurunan laba, penemuan teknologi dalam industridapat membuat strategi tidak efektif atau pembeli bisa beralih ke produk atau kompetitor yang lain tanpa membedakan harga.

2.3 Strategi Diferensiasi

Strategi diferensiasi menawarkan berbagai tingkat diferensiasi. Diferensiasi dapat menghasilkan fleksibilitas produk yang lebih besar, kompatibilitas produk yang lebih besar, biaya yang lebih rendah, jasa yang lebih baik, perawatan yang lebih sedikit, kenyamanan yang lebih besar atau fitur yang lebih banyak. Strategi diferensiasi harus dijalankan setelah proses pembelajaran yang hati-hati tentang kebutuhan dan preferensi pembeli untuk menentukan kelayakkan dari penggunaan satu fitur yang mmebedakan atau lebih dalam satu produk yang menampilkan atribut yang diinginkan (David, 2017). Resiko menjalankan strategi ini adalah produk yang unik mungkin tidak dihargai cukup tinggi oleh pelanggan untuk menjustifikasi harga yang tinggi. Ketika ini terjadi strategi kepemimpinan harga dengan mudah akan mengalahkan strategi diferensiasi. Resiko lainnya adalah bahwa pesaing dapat meniru dan mengembangkan fitur secara cepat dan mudah.

2.4 Strategi Fokus

Strategi fokus bergantung kepada segmen industri yang memiliki ukuran cukup besar, memiliki potensi pertumbuhan yang bagus dan tidak penting untuk keberhasilan pesaing lain. Strategi seperti penetrasi pasar dan pengembangan pasar menawarkan keunggulan fokus yang substansial. Strategi fokus merupakan strategi yang efektif ketika konsumen memiliki preferensi atau persyaratan yang unik dan ketika perusahaan pesaing tidak berusaha untuk berspesialisasi

dalam target segmen ynag sama. Resiko menjalankan strategi ini kemungkinan bahwa sejumlah pesaing akan menyadari keberhasilan dari strategi focus dan menirunya atau preferensi konsumen akan bergeser ke atribut yang diinginkan oleh pasar secsra keseluruhan.

2.5 Cara Mencpai Strategi

Ada beberapa cara untuk mencapai ketiga strategi diatas yaitu:

1. Joint Venture/ Partnering; dua perusahaan atau lebih membentuk kerjasama sementara atau konsorsium untuk memmanfaatkan beberapa peluang.
2. Mergrer/ Akuisisi; dua organisasi/ perusahaan dengan ukuran yang lebih sama bersatu membentuk badan usaha yang baru.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Tujuan Penelitian

Penelitian dilakukan pada PT. Shinari Putra Kencana cabang kota Padang jalan Khatib Sulaiman no. 97. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bersaingn PT. Shinari Putra Kencana menggunakan strategi Generik Michael E Porter untuk membangun keunggulan kompetitif dan menentukan hambatan serta strategik yang cocok pada PT. Shinari Putra Kencana Kota Padang

3.2 Jenis Data

Metode penelitian menggunakan metode kualitatif, maka jenis data yang digunakan adalah data wawancara, observasi dan dokumentasi

3.3 Pengolahan Data

1. Pengumpulan data dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil data diungkapkan dalam bentuk kata-kata dan gambar, bukan dalam bentuk angka/ numeric.
2. Reduksi data. Menurut Sugiyono (2019: 247), reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting,dicari tema dan polanya.

3. Penyajian data. Penyajian Data Menurut Rijali (2018:94), penyajian data merupakan kegiatan menyusun kumpulan informasi, sehingga dapat dilakukan penarikan kesimpulan. Setelah penulis memilih data sesuai dengan kebutuhan, langkah selanjutnya yang dilakukan yaitu menyajikan data.
4. Penarikan kesimpulan. Menurut Sugiyono (2019) Penarikan kesimpulan merupakan langkah selanjutnya setelah mereduksi data dan penyajian data

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Strategi Kepemimpinan Harga

PT. Shinari Putra Kencana Kota Padang, perusahaan melakukan strategi bersaing dengan menawarkan harga yang murah dari pesaing lain. Memberikan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat yang ingin memiliki kendaraan. PT. Shinari Putra Kencana Kota Padang juga menekan biaya overhead pada barang dan jasa agar pembeli tidak beralih ke pesaing lain dan memperdayakan karyawan untuk dapat berpartisipasi dalam penekanan harga saat konsumen membeli produk Hyundai.

4.2 Strategi Diferensiasi

PT. Shinari Putra Kencana Kota Padang menawarkan produk Hyundai yang memiliki biaya perawatan yang lebih rendah, jasa pelayanan yang lebih baik, perawatan yang tidak memakan waktu lama dan onccerdil yang tidak susah untuk mendapatkannya atau langka, kenyamanan yang lebih besar dalam produk serta fitur produk dan pelanan yang lebih banyak.

4.3 Strategi Fokus

PT. Shinari Putra Kencana Kota Padang memiliki potensi pertumbuhan yang bagus dan tidak penting untuk keberhasilan pesaing lain. Memfokuskan untuk melayani konsumen yang tidak bisa dilayani oleh peaing utama seperti Toyota dan Mitsubishi. Fokus pada keunggulan produk pada beberapa tipe yang dapat membedakan Hyundai dengan pesaing lain seperti fitur-fitur yang ada di

dalam mobil (ventilated seat, wireless charger, Air purifier ini mampu membersihkan udara yang ada di dalam kabin dari debu dan kotoran, ruang interior yang luas dan nyaman), desain mobil, dan kenyamanan.

5. KESIMPULAN

1. PT. Shinari Putra Kencana Kota Padang, perusahaan melakukan strategi bersaing dengan menawarkan harga yang murah dari pesaing lain. Memberikan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat yang ingin memiliki kendaraan. PT. Shinari Putra Kencana Kota Padang juga menekan biaya overhead pada barang dan jasa agar pembeli tidak beralih ke pesaing lain dan memperdayakan karyawan untuk dapat berpartisipasi dalam penekanan harga saat konsumen membeli produk Hyundai.
2. PT. Shinari Putra Kencana Kota Padang menawarkan produk Hyundai yang memiliki biaya perawatan yang lebih rendah, jasa pelayanan yang lebih baik, perawatan yang tidak memakan waktu lama dan onccerdil yang tidak susah untuk mendapatkannya atau langka, kenyamanan yang lebih besar dalam produk serta fitur produk dan pelanan yang lebih banyak
3. PT. Shinari Putra Kencana Kota Padang fokus pada keunggulan produk pada beberapa tipe yang dapat membedakan Hyundai dengan pesaing lain seperti fitur-fitur yang ada di dalam mobil (ventilated seat, wireless charger, Air purifier ini mampu membersihkan udara yang ada di dalam kabin dari debu dan kotoran, ruang interior yang luas dan nyaman), desain mobil, dan kenyamanan.

6. DAFTAR PUSTAKA

David Fred R. dan David Forest R. 2017. Strategic Management concepts and cases A Competitive Advantage Approach. Sixtenth Edition. England. Pearson Education Limited.

Porter, Michael E. 2018. Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul. Cetakan ke-2. Jakarta. PT. Gelora Aksara Pratama

Ramadania Devi Fitriani dan Dharma Budi. 2023. Analysis Michael E Porter's Generic Strategy on Increasing Furniture Products Sales. Journal of Management and Business Innovations. Volume: 05, No: 02, 2023. ISSN: 2686-5602. 3457

Rijali Ahmad.2018. Analisis data kualitatif. UIN Antasari Banjarmasin.

Syahril Dan Bachtiar. 2016. Analisis Generic Strategy Model Michael Porter pada PT.

Cahaya Murni Borneo Timur Untuk Menentukan Pilihan Strategi Di Balikpapan. JEMI Vol 16/No 2/Desember/2016. 131

Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.