

Isu-Isu Bisnis pada Perusahaan Kecil dan Menengah

**Disampaikan pada Seminar Mahasiswa Program Magister
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pasundan
Bandung, 27 Januari 2010**

**Oleh ;
Dr. M. Liga Suryadana, M.Si**

Beberapa Masalah Pokok pada Perusahaan Kecil dan Menengah

- Kurangnya Kemampuan permodalan**
- Kurang memiliki pengetahuan bisnis**
- Manajemen yang kurang baik**
- Kurang memadainya perencanaan**
- Kurangnya pengalaman**

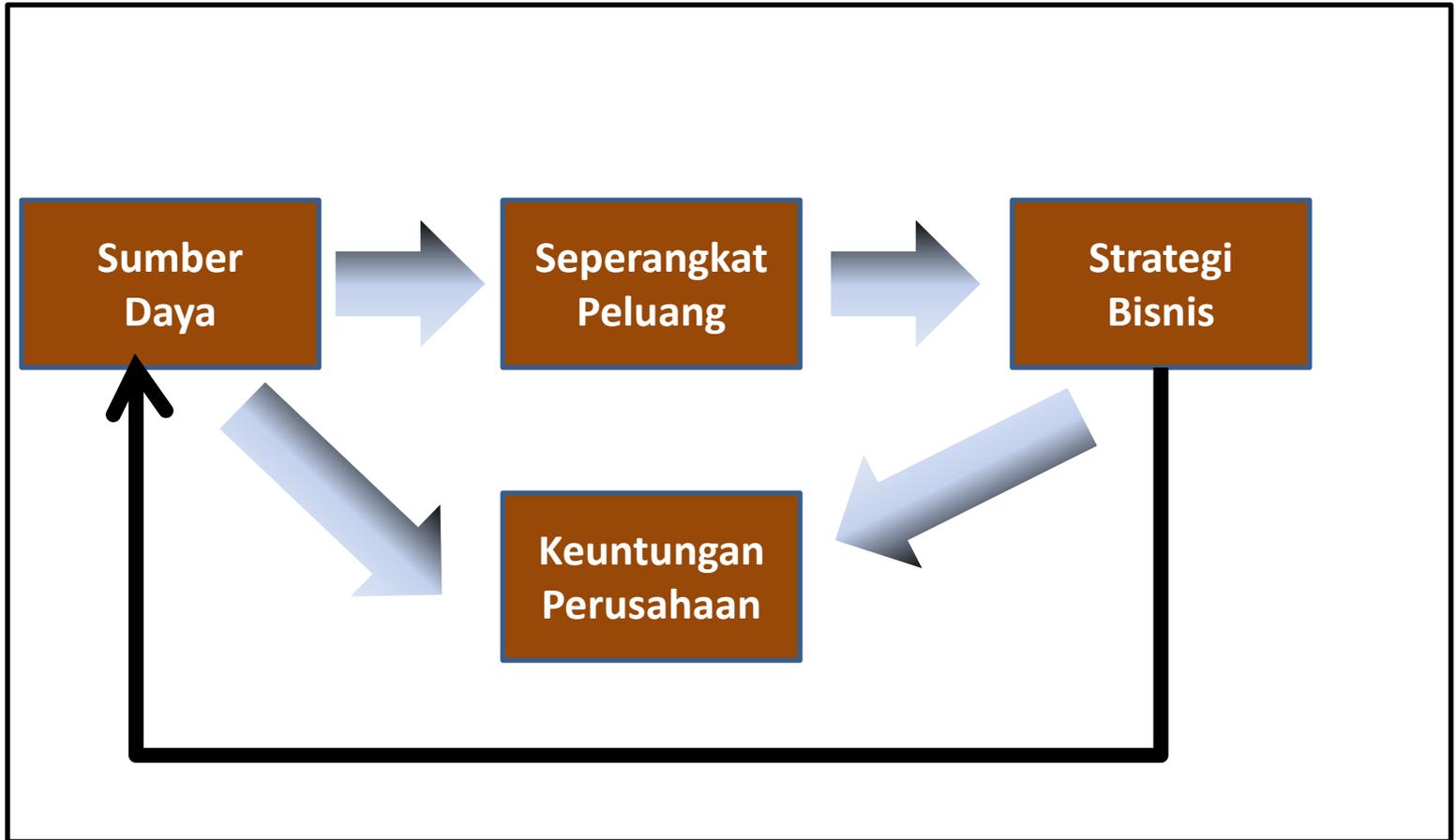
Faktor-Faktor yang mendorong keberhasilan Perusahaan kecil

- Menentukan pasar produknya secara jelas dan memiliki pasar yang cukup**
- Memiliki modal yang memadai**
- Memperkerjakan dan mendayagunakan SDM secara efektif**
- Memiliki informasi yang akurat dan tepat waktu**
- Memanfaatkan peraturan pemerintah secara efektif**
- Memiliki keahlian dibidangnya baik oleh pemilik maupun para pegawainya**
- Mengelola waktu secara efektif**
- Mampu meningkatkan nilai tambah produknya secara berkelanjutan**

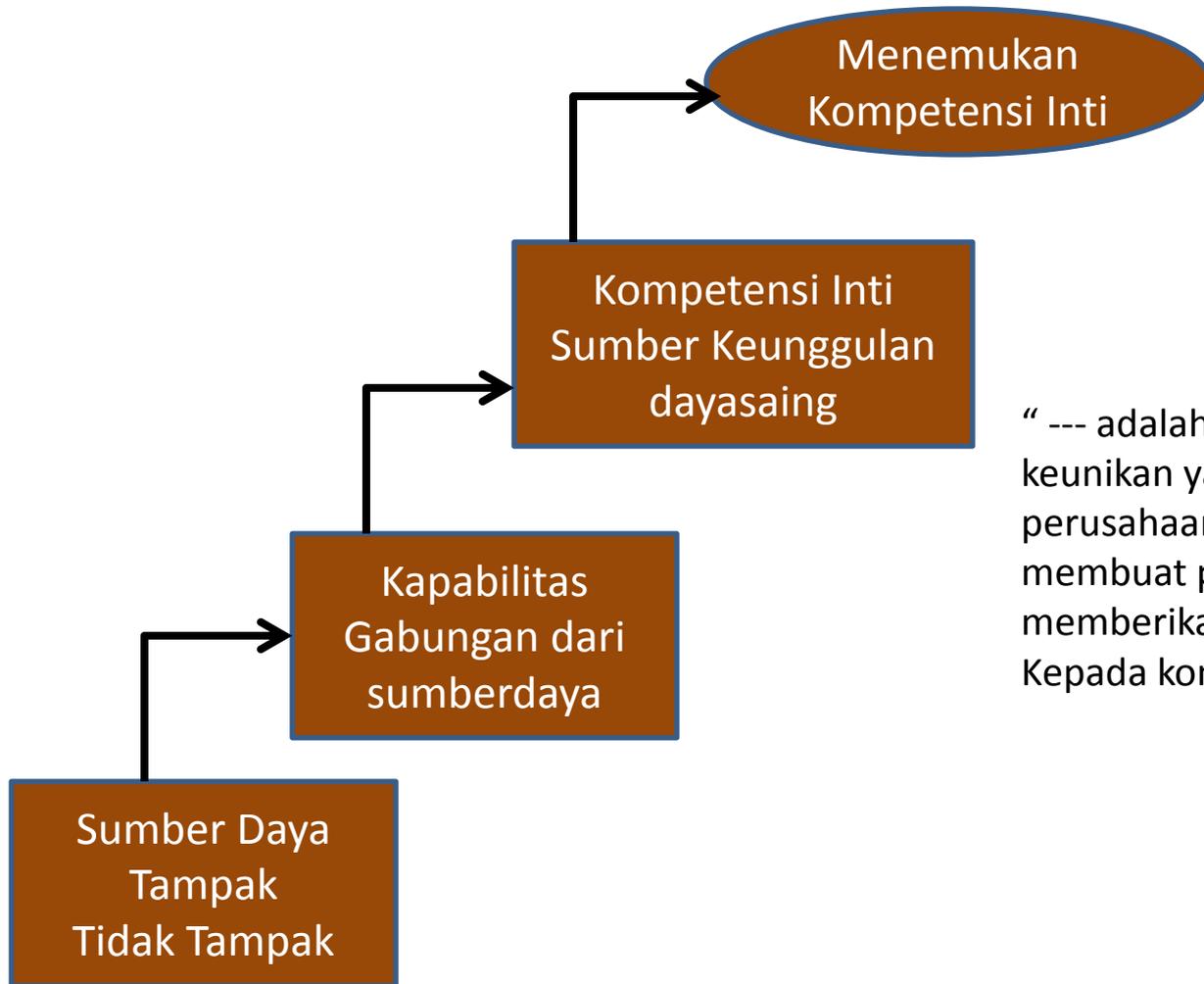
Aset Perusahaan

- Kompetensi inti perusahaan
- Perizinan perusahaan, registrasi dan sertifikasi usaha
- Lisensi
- Area Usaha (lokasi kantor, wilayah usaha, proyek, dll)
- Hak Paten
- Merek dagang
- Struktur organisasi perusahaan
- Kemampuan unggulan perusahaan
- Akreditasi dan sertifikasi industri
- Kapabilitas integrasi bisnis secara menyeluruh
- Fasilitas dan karakteristik keamanan pegawai

Hubungan Antara Sumber Daya, Bisnis dan Keuntungan



Tahapan merumuskan kompetensi inti



“ --- adalah i esensi “
keunikan yang dimiliki
perusahaan yang dapat
membuat perusahaan
memberikan nilai tambah
Kepada konsumennya “

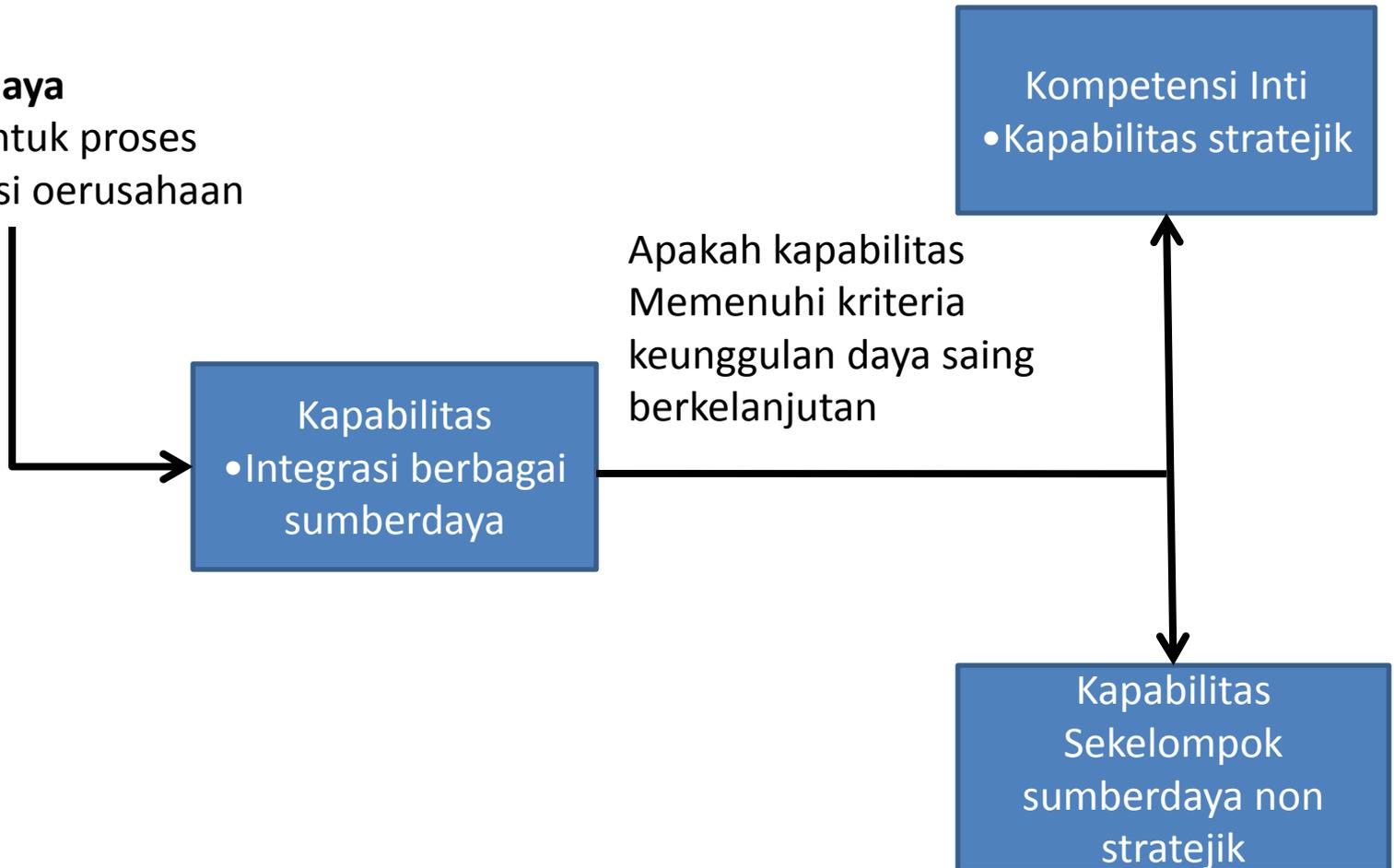
Pergeseran Paradigma Peningkatan Daya saing Bisnis

	Lima Kekuatan Persaingan Michek porter	Kompetensi inti	Bersaing pada Ujung daya saing (Competing on the edges)
Asumsi	Struktur industri yang stabil	Perusahaan sebagai ikatan kompetensi	Industri dalam perubahan yang cepat dan tidak bisa diperkirakan
Tujuan	Mempertahankan posisi	Keunggulan yang terus menerus	Keunggulan yang terus berkelanjutan
Penggerak Kinerja	Struktur Industri	Kompetensi unik perusahaan	Kemampuan untuk berubah
Strategi	Memilih industri, memilih posisi strategi, dan menyesuaikan organisasi	Menciptakan visi, membangun dan mengeksploitasi kompetensi untuk merealisasikan visi	Mendapatkan “edges”, time pace, membentuk arah semi koheren strategik
Sukses	Keuntungan	Dominasi jangka panjang	Penemuan kembali yang berkelanjutan

Kompetensi Inti

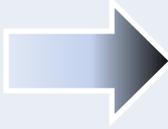
Sumberdaya

- Input untuk proses produksi perusahaan



Sumber : Dimodifikasi dari Barney (1991)

Tingkat Perubahan dan Strategi

Level perubahan	Kejadian		Strategi
Leading	<ul style="list-style-type: none"> • Menciptakan teknologi dan produk baru • Memasuki pasar baru • Meningkatkan standar industri • Meredefinisi harapan konsumen • Meningkatkan kecepatan siklus produk 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memaksa perusahaan lain untuk mengikuti
Anticipating	<ul style="list-style-type: none"> • Globalisasi pasar • Munculnya segmen pelanggan baru • Munculnya pengetahuan 		<ul style="list-style-type: none"> • Identifikasi sumber daya yang dimiliki • Mengembangkan jalur pemasaran • Menciptakan teknik baru
Reacting	<ul style="list-style-type: none"> • Pergerakan pesaing • Kebijakan pemerintah baru • Permintaan konsumen yang tidak terduga sebelumnya 		<ul style="list-style-type: none"> • Mengeluarkan produk yang lebih baik • Menciptakan pelayanan yang memanfaatkan perubahan • Memodifikasi paket produk yang ada

Proses Analisis Strategik

Lingkungan Eksternal

Analisis Lingkungan Bisnis
(faktor yang mendorong)

- Ekonomi
- Teknologi
- Politik dan Hukum
- Sosial Budaya

Analisis Industri lima faktor
porter's

- Hambatan untuk masuk
- Persaingan
- Kekuatan dari pada pemasok
- Kekuatan dari pada pembeli
- Ancaman dari pada substitusi

Faktor kunci
keberhasilan suatu
industri (CSF's)

Peluang dan ancaman
terhadap industri

Lingkungan Internal

Analisis Lingkungan Internal

- Perusahaan vs faktor kunci keberhasilan (CSF's)
- Strategi saat ini
- Sumberdaya
- Struktur organisasi
- Pengendalian
- Kepemimpinan
- Budaya
- Kinerja keunaanagan

Analisis SWOT
Kekuatan dan Kelemahan
Peluang dan Ancaaman

Analisis
Komptensi Inti

Analisis Mata rantai Nilai

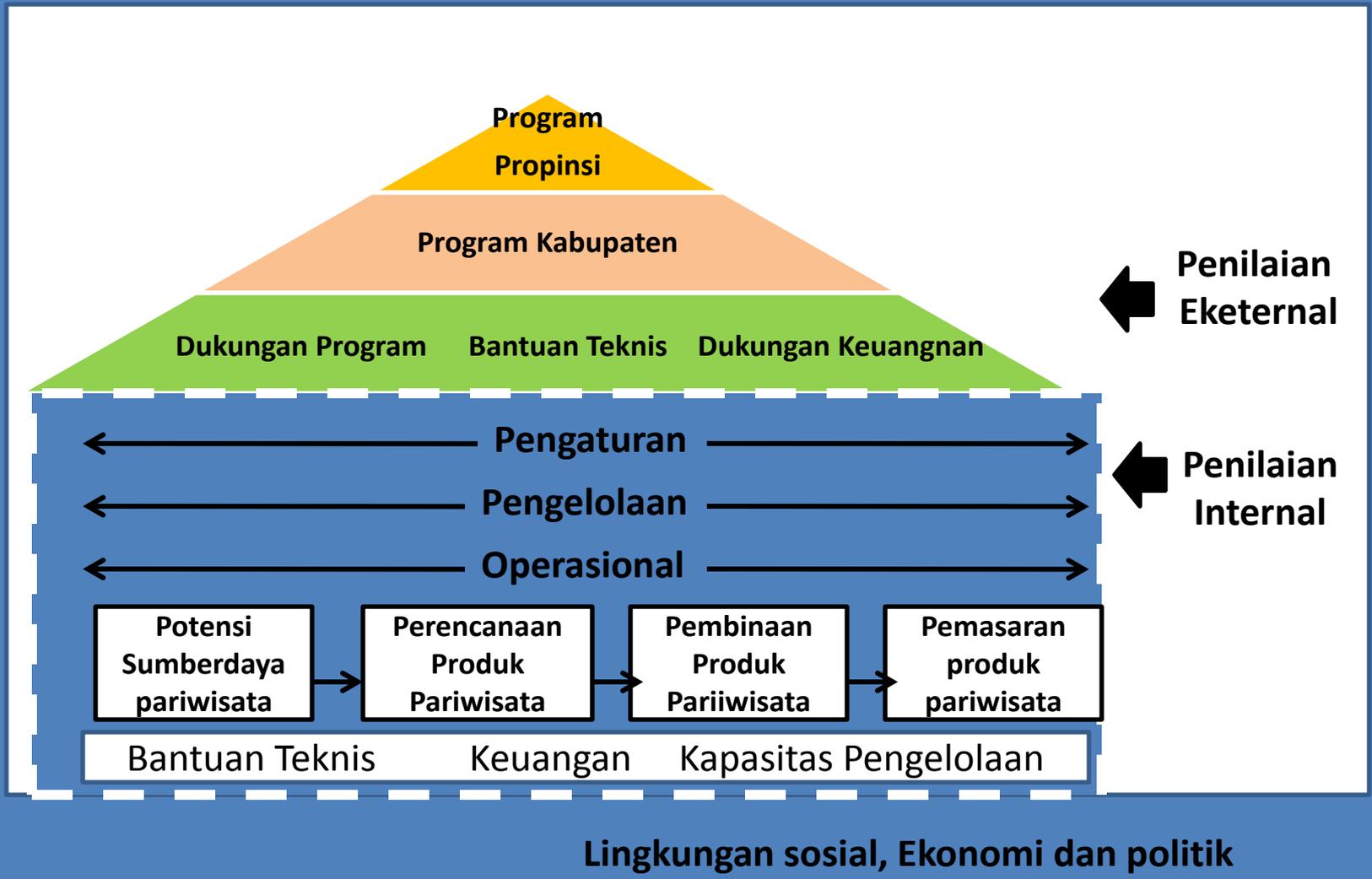
Formulasi Strategi

Kesimpulan

Rekomendasi Strategik

Rencana Implementasi

Strategik Umum Pengembangan Industri Pariwisata Pada Kontek Petencanaan



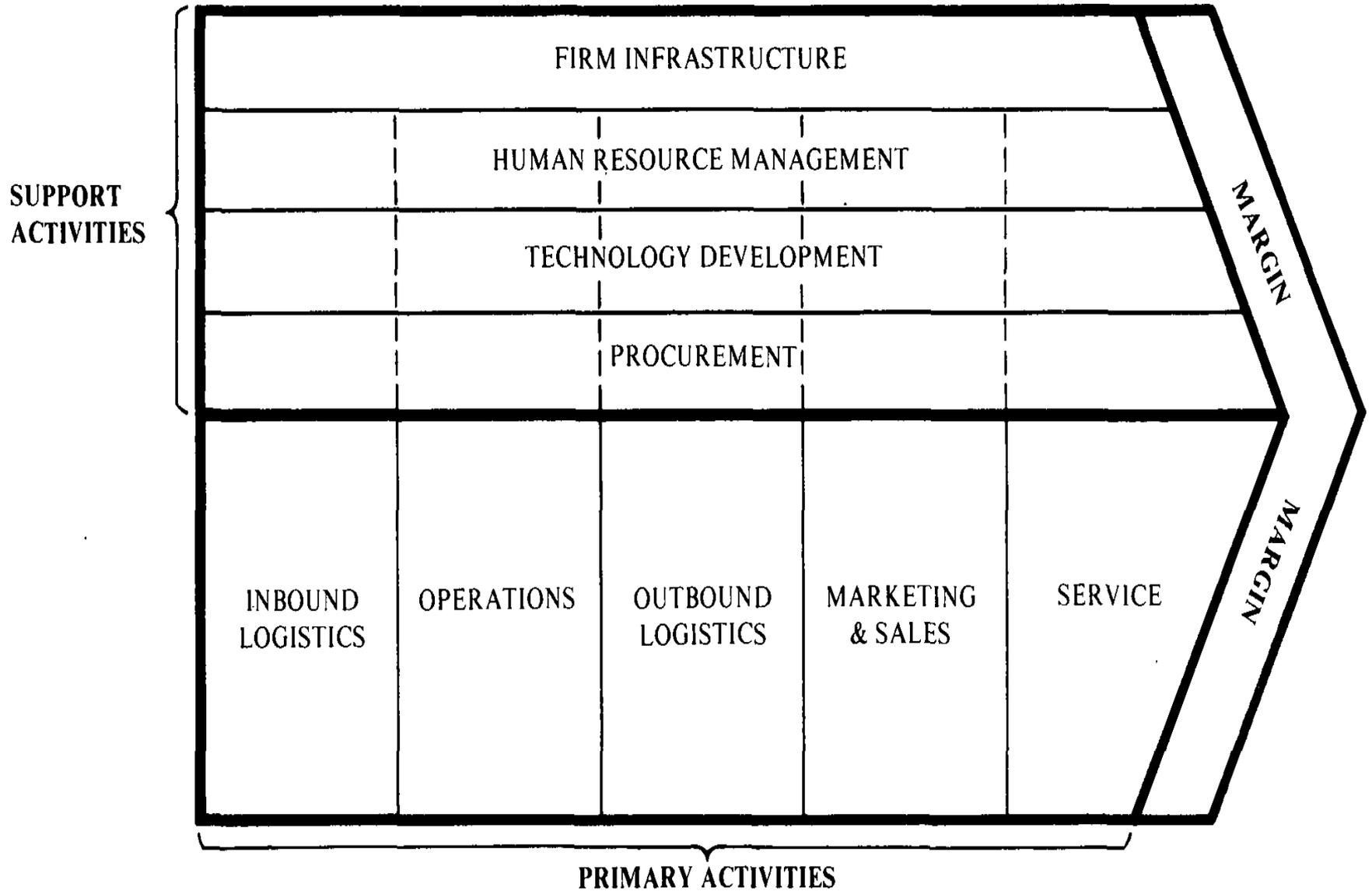
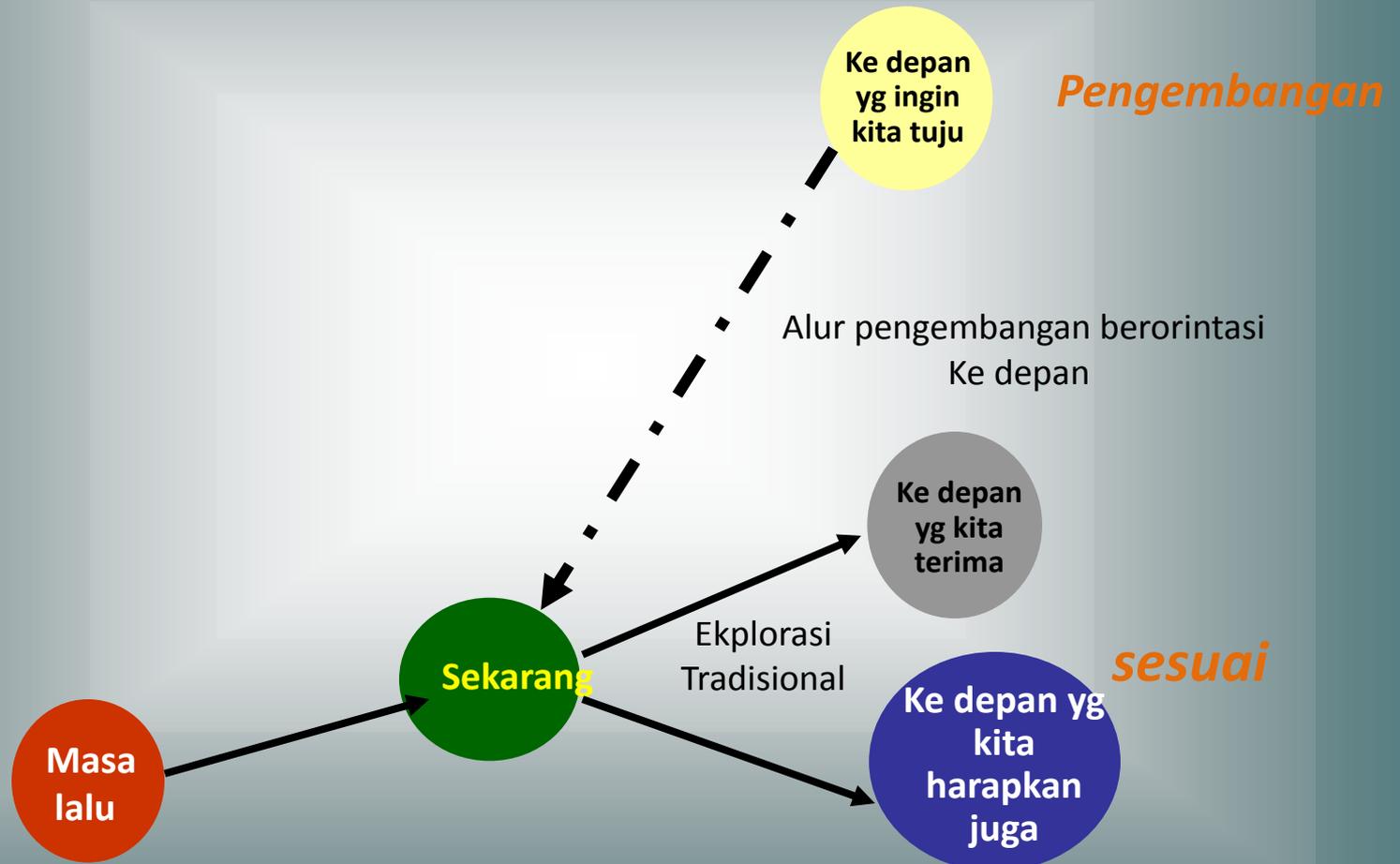


Figure 2-2. The Generic Value Chain

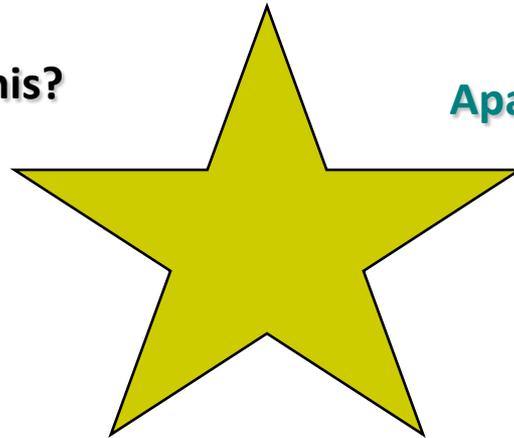
Kita Bekerja dari masa lalu menuju ke depan



Apa elemen dari pada model bisnis ? Tergantung pada apa yang akan depertanyakan?

Siapa yang akan dilayani?

- ✓ Penghubung
- ✓ Pembeli
- ✓ Pangsa Pasar



Bagaimana kita menghasilkan Bisnis?

- ✓ "Value" leverage
- ✓ Cost leverage

Apa yang akan kita tawarkan ?

- ✓ Benefits/Solutions
- ✓ Products & Services

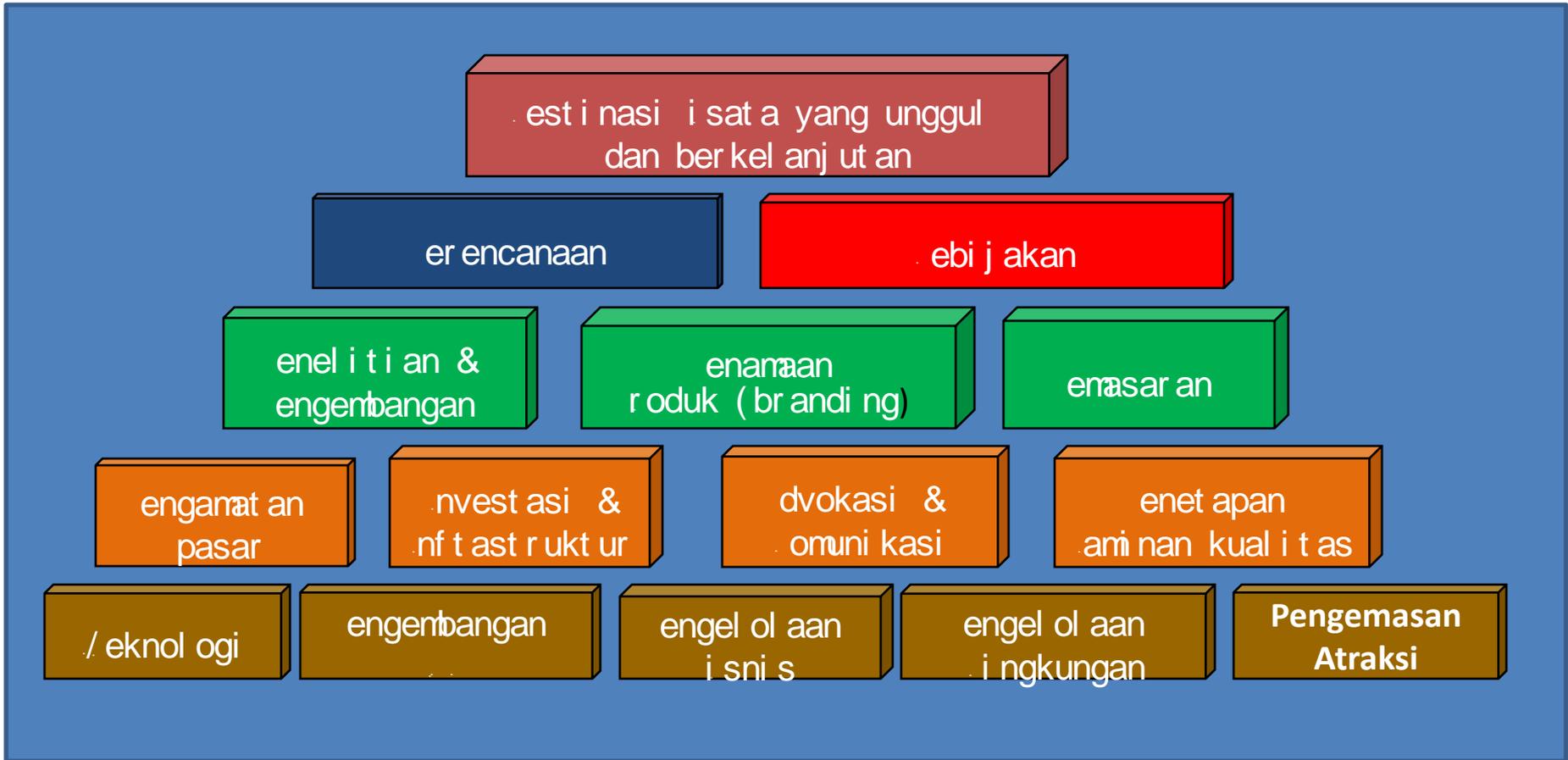
Bagaimana kita berbeda dan mempertahankan kelangsungan daya saing?

- ✓ Membangun "Brands"
- ✓ Mengembangkan "produk"

Bagaimana kita menyediakan bisnis tsb ?

- ✓ Investasi
- ✓ Kerjasama

visi dan pengembangan abupaten oraja sebagai destinasi wisata yang unggul dan berkelanjutan



Contoh : Model Peningkatan Daya saing Destinasi Wisata



Terima Kasih