



UD. MARWAH

JL. NOGOTIRTO NO. 114, KARANG TENGAH, GAMPING, SLEMAN - 55292 . TELP / HP : (0274) 745.3006 / 081.125.1953

No : 12/UDM/XII/2023
Perihal : Permohonan Menjadi Narasumber

Kepada Yth.
Ibu Dra. Lukia Zuraida, MM
Di Yogyakarta

Dengan hormat,

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan YME, yang telah memberikan rahmat-Nya kepada kita semua sehingga masih diberi kesehatan dan keselamatan dalam bekerja.

Sehubungan dengan upaya peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia di perusahaan kami, maka dengan ini kami mohon kesediaan Ibu untuk menjadi narasumber pada kegiatan tersebut, yang rencananya akan diselenggarakan pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 23 Desember 2023
Waktu : 09.30 – 12.00
Tempat : Ruang Meeting UD Marwah

Demikian surat permohonan kami. Atas perhatian dan kesediaan Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 10 Desember 2023

Hormat kami,

UD. MARWAH

Muh. Robbi Budi Murtanto, SE



UD. MARWAH

JL. NOGOTIRTO NO. 114, KARANG TENGAH, GAMPING, SLEMAN - 55292 . TELP / HP : (0274) 745.3006 / 081.125.1953

No : 17/UDM/XII/2023
Perihal : Ucapan Terima Kasih

Kepada Yth.
Ibu Dra. Lukia Zuraida, MM
Di Yogyakarta

Dengan hormat,

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Tuhan YME, yang telah memberikan rahmat-Nya kepada kita semua sehingga masih diberi kesehatan dan keselamatan dalam bekerja.

Sehubungan dengan telah diadakanya kegiatan upaya peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia di perusahaan kami, maka dengan ini kami menghaturkan terima kasih atas kesediaan Ibu untuk menjadi narasumber pada kegiatan tersebut, yang telah diselenggarakan pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 23 Desember 2023
Waktu : 09.30 – 12.00
Tempat : Ruang Meeting UD Marwah Yogyakarta

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 25 Desember 2023

Hormat kami,

UD. MARWAH
Muh. Robbi Budi Murtanto, SE

BERSAING SEHAT DAN KOMPETITIF

DRA. LUKIA ZURAIDA, MM



PENDAHULUAN

- Dalam berbisnis, persaingan menjadi salah satu risiko besar yang harus dihadapi para pelaku bisnis. Persaingan dalam dunia bisnis menjadi hal yang pasti akan terjadi dan tidak bisa dihindari. Tidak peduli seberapa istimewa produk atau jasa yang dijual, pasti akan selalu ada perusahaan lain yang berada di industri serupa. Persaingan bisnis mengacu pada persaingan antara perusahaan yang menyediakan produk yang serupa atau perusahaan yang mempunyai target konsumen yang sama. Tujuannya yaitu untuk mengubah dan mempertahankan pelanggan, meningkatkan pendapatan, dan mendapatkan lebih banyak konsumen dalam pasar.

TEORI PERSAINGAN BISNIS

Dalam kamus manajemen terdapat 2 teori persaingan bisnis, yaitu:

1. Persaingan sehat (*healthy competition*)

Persaingan sehat adalah kompetisi yang terjadi antara perusahaan atau pebisnis yang berlangsung tanpa adanya tindakan kriminal. Persaingan ini mengedepankan etika bisnis ketika para pebisnis berkompetisi.

Berikut ciri-ciri persaingan sehat:

- Melindungi kepentingan dan menjamin kesejahteraan konsumen
- Membuka peluang pasar yang lebih luas dan menjaga agar tidak terjadi konsentrasi kekuatan ekonomi pada kelompok tertentu
- Menjamin persaingan di pasar yang mencapai efisiensi ekonomi di semua bidang kegiatan usaha

2. Persaingan tidak sehat (*cut throat competition*)

- Persaingan ini menggambarkan terjadinya kegiatan perebutan pasar dengan cara menghalalkan segala cara agar bisa menang atas kompetitor bisnis mereka. Tujuan persaingan ini tentunya agar produk yang mereka jual dapat menguasai pasar dan mendapatkan keuntungan sepenuhnya untuk mereka. Contoh persaingan tidak sehat adalah kartel dalam berbisnis. Berdasarkan OJK, kartel merupakan kerja sama yang saling menguntungkan antara beberapa pengusaha atau perusahaan, seperti dalam penentuan harga, jumlah dan daerah pemasaran untuk membatasi persaingan antara mereka sehingga memperoleh semacam kedudukan yang bersifat monopoli. Apabila semua perusahaan di dalam satu industri sepakat mengkoordinasikan kegiatannya, maka pasar akan berbentuk monopoli sempurna.

ASPEK DALAM PERSAINGAN USAHA

Tentunya ada hal-hal yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha dalam menganalisis pesaing usaha. Dengan melakukan analisis, pelaku usaha dapat memahami kondisi pasar lebih baik, mengantisipasi apa yang akan dilakukan oleh pesaing, dan menciptakan perencanaan pemasaran yang lebih praktis. Berikut beberapa aspek dalam persaingan usaha yang perlu diketahui:

1. Ancaman masuknya pendatang baru.

- Adanya pemain baru dalam pasar bisa menimbulkan pengaruh yang cukup signifikan pada usaha bisnis yang sudah berdiri sebelumnya. Dengan bertambahnya pemain dalam pasar bisa menyebabkan perebutan konsumen.

2. Ancaman Produk Substitusi

- Walau produk substitusi memiliki karakteristik yang berbeda, namun produk tersebut memiliki fungsi yang serupa dengan produk yang ada. Karena produk substitusi dihargai lebih rendah, maka bisa mengancam penjualan produk yang sudah ada.

3. Kekuatan tawar menawar pemasok

- Pemasok juga dapat mempengaruhi harga jual karena mereka memiliki kemampuan untuk menaikkan harga atau mengurangi kualitas produk. Pemasok bisa memiliki kendali tersebut jika jumlah pemasok dikit, produk bersifat unik, dan tidak ada produk substitusi dari produk yang disediakan pemasok.

4. Kekuatan tawar menawar pembeli

- Pembeli memiliki kekuatan juga yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk memotong harga, meningkatkan mutu dan pelayanan serta mengadu perusahaan dengan kompetitor.

Persaingan bisnis memainkan peran penting dalam perekonomian bisnis. Dengan adanya persaingan dalam berusaha dapat memacu para pengusaha untuk saling berlomba menciptakan inovasi produk yang baru dan jauh lebih menarik daripada sebelumnya.

ANALISIS SWOT

- Analisis SWOT adalah teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk bisnis atau bahkan proyek tertentu. Meskipun paling banyak digunakan oleh organisasi dari bisnis kecil dan nirlaba hingga perusahaan besar, analisis SWOT juga dapat digunakan untuk tujuan pribadi dan profesional.
- Meskipun sederhana, analisis SWOT adalah alat yang ampuh untuk membantu Anda mengidentifikasi peluang kompetitif untuk peningkatan. Dengan cara ini Anda dapat bekerja untuk meningkatkan tim dan bisnis sambil tetap berada di depan tren pasar.

APA ITU SWOT?

- Sederhananya, SWOT adalah singkatan dari strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman). Masing-masing faktor ini penting untuk diperiksa agar dapat merencanakan pertumbuhan organisasi dengan baik. Di situlah analisis dibutuhkan.
- Ketika dianalisis bersama, kerangka kerja SWOT dapat melukiskan gambaran yang lebih besar tentang di mana Anda berada dan bagaimana menuju ke langkah berikutnya. Mari pelajari lebih dalam masing-masing istilah ini dan bagaimana istilah tersebut dapat membantu mengidentifikasi area peningkatan.

STRENGTHS (KEKUATAN)

- Kekuatan dalam SWOT mengacu pada inisiatif internal yang berkinerja baik. Ini dapat dibandingkan dengan inisiatif lain atau keunggulan kompetitif eksternal. Memeriksa area ini membantu Anda memahami aspek yang sudah berhasil. Anda kemudian dapat menggunakan teknik yang pasti berhasil, yaitu kekuatan Anda, di area lain yang mungkin memerlukan dukungan tambahan, seperti meningkatkan efisiensi tim.
- Saat melihat kekuatan organisasi, tanyakan pada diri Anda pertanyaan-pertanyaan berikut untuk memulai:
 - Apa yang kita lakukan dengan baik?
 - Apa yang unik dari organisasi kita?
 - Apa yang disukai audiens target tentang organisasi kita?

WEAKNESSES (KELEMAHAN)

- Kelemahan dalam SWOT mengacu pada inisiatif internal yang berkinerja buruk. Menganalisis kekuatan sebelum kelemahan untuk menciptakan dasar keberhasilan dan kegagalan merupakan ide yang baik. Mengidentifikasi kelemahan internal memberikan titik awal untuk meningkatkan proyek-proyek tersebut.
- Mirip dengan memeriksa kekuatan, Anda dapat bertanya pada diri sendiri pertanyaan yang berbeda untuk mulai mengidentifikasi kelemahan Anda:
 - Inisiatif mana yang berkinerja buruk dan mengapa?
 - Apa yang bisa diperbaiki?
 - Sumber daya apa yang dapat meningkatkan kinerja kami?

OPPORTUNITIES (PELUANG)

- Peluang dalam SWOT adalah hasil dari kekuatan dan kelemahan Anda yang ada, bersama dengan inisiatif eksternal apa pun yang akan menempatkan Anda pada posisi kompetitif yang lebih kuat. Ini bisa berupa apa saja, mulai dari kelemahan yang ingin Anda tingkatkan atau area yang tidak teridentifikasi dalam dua fase pertama analisis Anda.
- Karena ada banyak cara untuk mendapatkan peluang, ada baiknya mempertimbangkan pertanyaan-pertanyaan ini sebelum memulai:
 - Sumber daya apa yang dapat kita gunakan untuk memperbaiki kelemahan?
 - Apakah ada kesenjangan pasar dalam layanan kita?
 - Apa gol kita tahun ini?

THREATS (ANCAMAN)

- Ancaman dalam SWOT mengacu pada area yang berpotensi menimbulkan masalah. Ancaman berbeda dari kelemahan karena ancaman bersifat eksternal dan umumnya di luar kendali. Ini dapat mencakup apa saja, mulai dari pandemi global hingga perubahan lanskap persaingan.
- Berikut adalah beberapa pertanyaan untuk ditanyakan pada diri sendiri agar bisa mengidentifikasi ancaman eksternal:
 - Perubahan di dalam industri apa yang perlu dikhawatirkan?
 - Apa tren pasar baru yang sedang bermunculan?
 - Di bagian mana pesaing mengungguli kita?

“A competitive world offers two possibilities. You can lose. Or, if you want to win, you can change”

Lester C. Thurow

Ekonom dari Amerika Serikat 1938





THANK YOU...

