

STRATEGI PERSAINGAN BISNIS KOMPUTER DI KALIMANTAN TENGAH: ABC KOMPUTER

Helenna Claudia Thasya
Universitas Pelita Harapan

Jacob Donald Tan
Universitas Pelita Harapan

John Tampil Purba
Universitas Pelita Harapan
john.purba@uph.edu

ABSTRAK

Penelitian ini akan membahas bagaimana persaingan pada usaha bidang computer dari beberapa tujuan sudut pandang pertama, untuk mengetahui motivasi pemilik ketika memulai usaha. Kedua, untuk mengetahui karakteristik dan sikap dari pemilik ABC Komputer dalam menjalankan usaha sehingga berkontribusi terhadap keunggulan bersaing yang dimiliki oleh ABC Komputer. Ketiga, untuk mengetahui keunggulan bersaing yang dimiliki oleh ABC Komputer. Para peneliti menggunakan *in-depth interviews*, *focus group discussions*, dan observasi untuk mengeksplorasi keunggulan kompetitif usaha tersebut. Temuan penelitian kualitatif ini menghasilkan teori yang akan memperkaya pemahaman guna bermanfaat bagi toko komputer tertentu serta toko lain yang terkait dengan komputer. Penelitian ini terbatas pada konteks UKM komputer di Kalimantan Tengah.

PENDAHULUAN

Persaingan pada industri jasa seperti; perdagangan, penerbangan, perbankan, telekomunikasi, perhotelan, tataboga, asuransi, makanan dan lain sebagainya. Hampir setiap perusahaan berkompetisi memberikan layanannya yang berkualitas agar dapat mempertahankan kelangsungan kehidupan usahanya masing-masing. Untuk itu diperlukan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan jasa kepada para pelanggan (Purba, 2014, 2015, 2016). Demikian juga perusahaan ABC Komputer yang mempunyai kantor dan toko penyedia barang dan jasa *TIK-Hardware* yang

pertama di Kalimantan Tengah, khususnya di kota Sampit yang berdiri pada tahun 1991. Pada awal berdirinya, sebelum merambah ke *maintenance* dan penjualan, fokus utama dari ABC Komputer adalah untuk mengedukasi pasar yang ada terhadap *TIK-Hardware* melalui lembaga pendidikan kursus yang didirikan oleh pendirinya Ayub Sanjaya. Dalam hal ini ABC Komputer memprioritaskan pengenalan dan manfaat dari *TIK-Hardware*, sebagaimana disampaikan oleh Simamora (2003), permintaan primer adalah permintaan yang ditujukan terhadap semua tipe produk tanpa membedakan merek; permintaan selektif atau

permintaan sekunder adalah permintaan yang ditujukan terhadap merek tertentu. Pendapat tersebut dikukung oleh pernyataan Purba dalam penelitiannya bahwa untuk dapat bersaing harus memahami terlebih kebutuhan pasar agar dapat bertahan dan berkembang (Purba, 2014).

Oleh karena itu, sebelum merambah ke *maintenance* dan penjualan TIK-*Hardware*, pada tahun 1991 ABC Komputer pertama kali dikenal sebagai lembaga kursus, karena pengembangan pasar lewat training sangat berguna dalam menjalankan strategi pengembangan suatu usaha Purba (2012). Hal ini dilakukan pemilik untuk mengedukasi pasar dengan harapan dapat menciptakan suatu kebutuhan di masyarakat terhadap teknologi TIK-*hardware* yang memberikan nilai profit bagi ABC Komputer. Edukasi dengan memberikan pelatihan atau training akan memberikan dampak terhadap kemampuan kewirausahaan seseorang dalam mengelola usahanya (Purba, 2014, Purba & Tan 2016). Menurut Linton (2011), edukasi pasar dapat membantu untuk memenuhi berbagai aspek dari strategi pemasaran seperti meningkatkan produktivitas tenaga penjualan, meningkatkan tingkat penjualan terhadap pelanggan yang ada, membuat suatu sumber aliran pendapatan yang baru, memposisikan perusahaan dengan cara yang berbeda, dan memastikan keberhasilan peluncuran suatu produk. Strategi pengembangan SDM menyumbang akan kemampuan sumber daya manusia dalam suatu organisasi juga perusahaan sangat membantu dalam pelaksanaan pengembangan perusahaan

agar potensi peluang yang ada dapat segera diraih dan itu merupakan salah satu strategi ekspansi perusahaan (Purba, 2014, Nadeak & Purba, 2014, Purba, 2015).

Dengan strategi tersebut ekspansi bisnis ke kabupaten maupun daerah yang lebih kecil dalam cakupan wilayah provinsi Kalimantan Tengah mulai dilakukan oleh pemilik sejak bulan September tahun 2010, dan terus dilakukan hingga saat ini dengan mempertimbangkan potensi dan peluang daerah baru yang disasar. Hingga saat ini, ABC Komputer memiliki delapan cabang aktif yang bertahan dan tersebar hampir di seluruh kabupaten maupun daerah di wilayah provinsi Kalimantan Tengah. Di antaranya, dua toko di kota Sampit, dan satu toko di masing-masing daerah Kuala Pembuang, Kuala Kurun, Lamandau, Pembuang Hulu, Natai Kerbau, dan Paringgean.

Berdasarkan data hasil survei sosial dan ekonomi nasional tahun 2011 hingga tahun 2014 yang dihimpun dari Badan Pusat Statistik Kalimantan Tengah (kalteng.bps.go.id), tingkat kepemilikan komputer di perkotaan maupun pedesaan berdasarkan kabupaten yang ada di wilayah Kalimantan Tengah cenderung mengalami kenaikan. Kenaikan tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1: Persentase rumah tangga menurut kabupaten/kota, daerah tempat tinggal, dan keberadaan komputer di rumah tangga (2011)

Kabupaten/Kota	Perkotaan			Perdesaan			Perkotaan + Perdesaan		
	Ada	Tidak Ada	Jumlah	Ada	Tidak Ada	Jumlah	Ada	Tidak Ada	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
Kotawaringin Barat	21,76	78,24	100,00	7,21	92,79	100,00	13,50	86,50	100,00
Kotawaringin Timur	21,56	78,44	100,00	3,25	96,75	100,00	9,46	90,54	100,00
Kapuas	29,49	70,51	100,00	4,70	95,30	100,00	9,88	90,12	100,00
Barito Selatan	22,57	77,43	100,00	4,03	95,97	100,00	8,45	91,55	100,00
Barito Utara	16,54	83,46	100,00	2,12	97,88	100,00	6,01	93,99	100,00
Sukamara	33,11	66,89	100,00	6,43	93,57	100,00	13,28	86,72	100,00
Lamandau	29,35	70,65	100,00	8,20	91,80	100,00	11,92	88,08	100,00
Seruyan	17,71	82,29	100,00	3,29	96,71	100,00	6,00	94,00	100,00
Katingan	26,89	73,11	100,00	3,06	96,94	100,00	8,62	91,38	100,00
Pulang Pisau	15,70	84,30	100,00	2,60	97,40	100,00	4,41	95,59	100,00
Gunung Mas	27,60	72,40	100,00	2,76	97,24	100,00	8,40	91,60	100,00
Barito Timur	15,96	84,04	100,00	12,62	87,38	100,00	13,46	86,54	100,00
Murung Raya	36,62	63,38	100,00	3,99	96,01	100,00	9,13	90,87	100,00
Palangka Raya	34,38	65,62	100,00	31,22	68,78	100,00	34,11	65,89	100,00
Kalimantan Tengah	26,30	73,70	100,00	4,89	95,11	100,00	11,94	88,06	100,00

Sumber : kalteng.bps.go.id, p.197

Tabel 2: Persentase rumah tangga menurut kabupaten/kota, tempat tinggal, dan keberadaan komputer di rumah tangga (2011)

Kabupaten/Kota	Perkotaan			Perdesaan			Perkotaan + Perdesaan		
	Ada	Tidak Ada	Jumlah	Ada	Tidak Ada	Jumlah	Ada	Tidak Ada	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
Kotawaringin Barat	31,61	68,39	100,00	16,17	83,83	100,00	22,64	77,36	100,00
Kotawaringin Timur	31,31	68,69	100,00	7,30	92,70	100,00	15,71	84,29	100,00
Kapuas	26,11	73,89	100,00	5,01	94,99	100,00	9,40	90,60	100,00
Barito Selatan	30,32	69,68	100,00	6,91	93,09	100,00	12,57	87,43	100,00
Barito Utara	48,30	51,70	100,00	7,12	92,88	100,00	19,21	80,79	100,00
Sukamara	43,55	56,45	100,00	11,51	88,49	100,00	20,28	79,72	100,00
Lamandau	38,33	61,67	100,00	14,27	85,73	100,00	19,31	80,69	100,00
Seruyan	46,96	53,04	100,00	8,39	91,61	100,00	15,37	84,63	100,00
Katingan	22,72	77,28	100,00	5,04	94,96	100,00	9,14	90,86	100,00
Pulang Pisau	18,96	81,04	100,00	7,31	92,69	100,00	8,89	91,11	100,00
Gunung Mas	30,96	69,04	100,00	7,46	92,54	100,00	12,26	87,74	100,00
Barito Timur	37,98	62,02	100,00	17,12	82,88	100,00	22,21	77,79	100,00
Murung Raya	43,62	56,38	100,00	10,77	89,23	100,00	16,30	83,70	100,00
Palangka Raya	40,02	59,98	100,00	17,47	82,53	100,00	37,88	62,12	100,00
Kalimantan Tengah	34,99	65,01	100,00	8,89	91,11	100,00	17,67	82,33	100,00

Sumber : kalteng.bps.go.id, 227

Data diatas menunjukkan bahwa terjadi kenaikan jumlah keberadaan komputer di rumah tangga sejak tahun 2011 hingga tahun 2014 memberikan sinyal positif akan adaptasi masyarakat terhadap TIK-

Hardware di provinsi Kalimantan Tengah. Namun, terdapat faktor-faktor yang harus diperhatikan terkait pengaruhnya terhadap tingkat penjualan TIK-*Hardware*. Faktor yang sangat

mempengaruhi tingkat penjualan perangkat computer dan perlengkapan lainnya sangat ditentukan oleh tidaknya masyarakat disekitar daerah tersebut, kehadiran tempat training computer juga sangat menentukan (Purba, 2014). Demikian juga halnya di Kalimantan Tengah di antaranya adalah tingkat masyarakat yang mengerti dan butuh akan penggunaan TIK-*hardware*, dan keberadaan perusahaan-perusahaan yang ada di provinsi tersebut sebagai pelaku ekonomi. Kepemilikan TIK-*Hardware* di masyarakat salah satunya juga dipengaruhi oleh tingkat penetrasi internet. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia dan Pusat Kajian Komunikasi Universitas Indonesia (apjii.or.id, p. 21&24) presentasi paling tinggi pengguna internet dengan menggunakan laptop dan *notebook* sebesar 68 persen dan PC sebesar 21 persen berasal dari Pulau Kalimantan; dalam survei tersebut juga disampaikan bahwa tingkat penetrasi internet di Kalimantan Tengah pada tahun 2014 mencapai angka 30 persen.

Selain itu, keberadaan perusahaan-perusahaan di Kalimantan Tengah dengan komoditas batu bara dan kelapa sawit sangat berpengaruh terhadap roda perekonomian di Kalimantan Tengah khususnya sektor perdagangan, termasuk penjualan TIK-*Hardware*. Keberadaan perusahaan tersebut dapat menyerap tenaga kerja dari dalam maupun luar negeri, meningkatkan pendapatan daerah, menyumbang tingkat konsumsi, serta menggerakkan roda perekonomian. Badan Pusat Statistik Kalimantan Tengah (kalteng.bps.go.id, p.7&9) menyampaikan bahwa pemberlakuan kebijakan pemerintah Nomor 1 Tahun

2014 yang mewajibkan eksportir untuk melakukan pengolahan dan pemurnian hasil pertambangan sebelum dilakukan transaksi ekspor dinilai berpengaruh terhadap nilai ekspor provinsi Kalimantan Tengah; ekspor tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 3.09 persen jika dibandingkan tahun 2014. Adanya penurunan ekspor mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Kalimantan Tengah. Sektor pertambangan yang ada di Kalimantan Tengah juga terkena dampak dari krisis ekonomi yang ada, harga batu bara yang anjlok membuat perusahaan harus melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) terhadap karyawan, Hendro menyampaikan “harga batu bara yang sedang anjlok membuat perusahaan kesulitan finansial”, terlebih melemahnya nilai tukar rupiah dan lambatnya pertumbuhan ekonomi menjadi penyebab kolapsnya industri (republika.co.id).

Akibatnya, perusahaan-perusahaan kelapa sawit dan batu bara terpaksa melakukan pemutusan hubungan kerja terhadap karyawan. Kondisi ekonomi yang lemah, juga berdampak terhadap sektor perdagangan karena daya beli masyarakat Kalimantan Tengah yang mayoritas mengandalkan hasil bumi terutama perkebunan dan barang tambang menjadi menurun. Di tengah keadaan ekonomi yang ada, pemilik dari ABC Komputer harus mampu mempertahankan eksistensi bisnis dan menjaga keunggulan bersaing demi keberlangsungan usaha yang sudah dibangun sejak 25 tahun silam untuk menghadapi keadaan ekonomi, dan kompetitor yang bermunculan seiring berjalannya waktu.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang ada, fokus dari masalah penelitian ini ditujukan untuk mengetahui keunggulan bersaing yang dimiliki oleh ABC Komputer, sehingga dapat terus dipertahankan demi keberlangsungan bisnis yang dijalankan oleh pemilik di tengah kondisi ekonomi, dan kompetisi yang ada di pasar. Agar dapat bertahan dalam situasi yang selalu berubah dan berkembang diperlukan suatu tindakan yang inovatif dan kreatif (Purba & Panday, 2015). Selain dari hal itu kemampuan adaptasi dan kesiapan terhadap teknologi yang berhubungan dengan usaha tersebut mutlak diperlukan (Panday & Purba, 2015). Penelitian ini diharapkan dapat menjawab masalah-masalah penelitian yang ada di bawah ini:

1. Apa yang menjadi motivasi dari pemilik dalam memulai usaha sehingga dapat berkontribusi terhadap keunggulan bersaing yang dimiliki ABC Komputer?
2. Bagaimana karakteristik dan sikap dari pemilik dalam menjalankan usaha, sehingga dapat berkontribusi dalam pencapaian keunggulan bersaing?
3. Apa keunggulan bersaing yang dimiliki ABC Komputer sehingga dapat bertahan selama 25 tahun dan menghadapi kompetitor yang ada di pasar?

TINJAUAN PUSTAKA

Entrepreneurship

Menurut Zimmerer *et al.*, (2008, p. 59) “Kewirausahaan merupakan hasil dari proses disiplin dan sistematis dalam menerapkan kreativitas dan inovasi

terhadap kebutuhan dan peluang pasar”. Sedangkan menurut definisi dari Barringer dan Ireland (2016), kewirausahaan adalah proses di mana individu mengejar kesempatan tanpa memperhatikan sumber daya yang dikuasai saat ini untuk tujuan mengeksploitasi barang dan jasa di masa yang akan datang. Menurut Barringer & Ireland (2016), terdapat tiga hal utama yang menjadi alasan seseorang untuk menjadi pengusaha dan mendirikan perusahaan sendiri:

- 1) menjadi bos untuk diri sendiri;
- 2) mengejar ide-ide mereka sendiri; dan
- 3) merealisasikan imbalan finansial.

Family SMEs

Selain tujuan ekonomi dan non finansial yang mempengaruhi perusahaan keluarga, faktor-faktor seperti reputasi yang baik, keterlibatan masyarakat, kepengurusan warisan, ekuitas merek, kualitas produk/layanan, tanggung jawab sosial, manajemen etika, dan perlindungan pekerjaan untuk karyawan yang merupakan keluarga dan non keluarga menjadi prioritas bagi banyak keluarga yang terlibat (Poza dan Daugherty, 2014). Menurut Longenecker *et al.*, (1994) untuk mengukur ukuran bisnis terdapat kriteria yang beragam, beberapa kriteria dapat mengukur segala bidang industri, sementara kriteria yang lain hanya relevan terhadap jenis bisnis tertentu; kriteria-kriteria yang sering digunakan untuk mengukur ukuran bisnis seperti jumlah karyawan, volume penjualan, nilai aset, asuransi yang berlaku, dan volume deposito.

Lambing & Kuehl (2000) menyampaikan bahwa usaha kecil

memiliki lebih banyak keunggulan jika dibandingkan dengan usaha besar karena usaha kecil pada umumnya memiliki jenis produk yang lebih sedikit, basis pelanggan yang lebih jelas (dan biasanya lebih sedikit), serta daerah geografis tertentu; pemilik biasanya juga berusaha untuk mempertahankan hubungan dekat dengan pelanggan, hal ini memungkinkan pemilik untuk lebih cepat mendeteksi perubahan keinginan dan kebutuhan dari pelanggan.

Competitive Advantage Strategy

Mengapa Competitive advantage strategy sering digunakan dalam persaingan usaha itu dikarenakan bahwa dengan hal tersebut sangat menolong organisasi/usaha dalam menentukan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang untuk mengukur biaya, kualitas dan kelangsungan usaha (Rainer, dkk, 2015, Purba, 2016). Porter (1990) mendefinisikan *competitive advantage* sebagai kemampuan untuk lebih unggul dari pada kompetitor dalam memberikan suatu nilai di pasar. Dalam menghadapi persaingan dan tantangan dimaksud diperlukan kemampuan yang mumpuni dan itu merupakan tanggung jawab pemimpin organisasi/perusahaan dalam memenuhi tuntutan persaingan yang semakin mengglobal (Tobing, S.J & Purba 2014, Purba & Butarbutar 2016). Menurut Kotler & Armstrong (2014), *competitive advantage* adalah keuntungan lebih yang dimiliki daripada pesaing yang diperoleh dengan cara menawarkan nilai yang lebih besar kepada konsumen. Kesiapan sumber daya manusia menjadi dalam organisasi dan usaha sangat penting dalam arena keunggulan persaingan ekonomi dan bisnis (Butarbutar & Purba, 2015).

Keunggulan bersaing dapat didefinisikan sebagai pengukuran berdasarkan peningkatan aset yang diinvestasikan, biaya operasional yang lebih rendah, penjualan yang lebih tinggi, dan keuntungan dari pesaing (Micheels & Gow, 2008). Keunggulan bersaing membedakan perusahaan dari pesaingnya, jika suatu perusahaan memiliki lebih dari satu keunggulan bersaing, maka perusahaan tersebut memiliki kesempatan yang lebih baik untuk menang dalam kompetisi; keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan harus dikembangkan dengan hati-hati, karena itu merupakan alasan pelanggan untuk membeli dari perusahaan daripada membeli dari pesaing (Lambing & Kuehl, 2000). Untuk membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan dan memperoleh keunggulan bersaing, perusahaan harus lebih unggul dari pada kompetitor dalam memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen yang ditargetkan (Kotler & Armstrong, 2014), selain itu perlu juga dilakukan audit kinerja operasional guna melihat apakah layanan yang diberikan telah memenuhi harapan perusahaan (Tobing & Purba, 2014). Keunggulan bersaing harus memperhatikan kualitas layanan juga merupakan hal yang sangat menentukan dalam mempertahankan dan mengembangkan suatu perusahaan (Purba, 2014). Perusahaan tidak hanya harus mampu menciptakan nilai yang tinggi, namun perusahaan juga harus mampu menciptakan nilai yang tinggi dengan biaya yang cukup rendah dibanding dengan pesaing (Kotler & Keller, 2006). Smart Services atau layanan cerdas dapat juga dikolaborasikan untuk meningkatkan dan mengoptimalkan layanan kepada pelanggan dengan memanfaatkan

aplikasi teknologi informasi (Sihite & Purba, 2014). Dan aplikasi ini merupakan Competitive Strategy apabila dimanfaatkan oleh organisasi dan atau perusahaan dengan baik dan optimal.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dan merupakan penelitian studi kasus dengan instrumen tunggal. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan untuk menjelajahi dan memahami makna yang menganggap masalah sosial atau manusia berasal dari individu atau kelompok (Creswell, 2014). Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk meneliti pengalaman masyarakat secara detail, melalui perangkat metode penelitian yang spesifik seperti *in-depth interview*, *focus group discussions*, observasi, metode visual, dan dll. (Hennink *et al.*, 2011) Dalam penelitian ini, desain yang digunakan adalah *case study*. Studi kasus yang dilakukan oleh penulis berfokus pada pengumpulan informasi mengenai objek tertentu, acara atau kegiatan dalam unit bisnis tertentu atau organisasi (Sekaran dan Bougie, 2013).

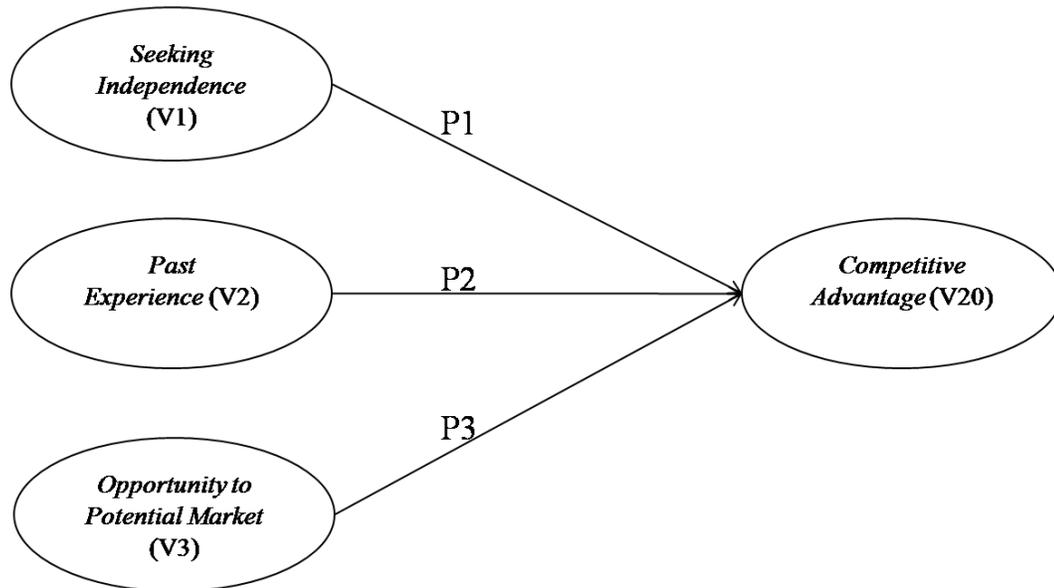
Sumber data utama dalam penelitian ini berasal dari data primer, yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi (foto). Dalam proses pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara langsung terhadap pemilik ABC Komputer yaitu Ayub Sanjaya, dan Veronica. Wawancara langsung juga dilakukan terhadap karyawan ABC Komputer di lokasi toko ABC Komputer secara individual, maupun *focus group*. Peneliti melakukan wawancara terhadap

beberapa karyawan disela-sela pekerjaan tanpa mengganggu pekerjaan, karena peneliti menginginkan suasana yang santai dan nyaman, sehingga informan dalam hal ini karyawan dapat memberikan informasi dengan natural. Wawancara langsung juga dilakukan oleh peneliti terhadap informan yang merupakan mitra usaha yaitu kepala cabang salah satu perusahaan pembiayaan di kantor informan. Wawancara terhadap konsumen (Mulyadi) dilakukan di toko informan pada waktu istirahat makan siang. Beberapa wawancara terhadap informan dalam penelitian ini, yang merupakan konsumen (Ali dan Atak) terpaksa dilakukan via telepon karena kesibukan dan keberadaan kedua informan yang tidak memungkinkan untuk dilakukan wawancara langsung. Wawancara terhadap *supplier* harus dilakukan melalui telepon karena keterbatasan jangkauan jarak dengan *supplier* yang berada di kota yang berbeda. Observasi juga dilakukan peneliti pada saat jam kerja di kedua toko ABC Komputer untuk mengetahui keunggulan bersaing yang dimiliki ABC Komputer yang tercermin dalam kegiatan yang bersangkutan. Pengambilan foto dilakukan oleh peneliti di sela-sela jam kerja, dan beberapa percakapan setelah jam kerja dengan pemilik maupun dengan informan terkait tercantum dalam rangkaian peristiwa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proposisi Variabel

Rumusan Masalah Penelitian yang Pertama adalah **Motivasi Pemilik Dalam Memulai Usaha** seperti gambar berikut:



Gambar 1: Model Masalah Penelitian Pertama

1) Proposisi 1 (P1)

Sejak awal, Ayub Sanjaya sudah memiliki keinginan untuk mandiri, *seeking independence* (V1) membuat pemilik memutuskan untuk tidak bergantung dengan orang lain. Adanya dorongan untuk mandiri diwujudkan melalui kewirausahaan, hal ini membuat pemilik selalu memastikan kesuksesan dari bisnis yang dijalankan, sehingga dapat berkontribusi terhadap keunggulan bersaing/ *competitive advantage* (V20) yang dimiliki ABC Komputer.

2) Proposisi 2 (P2)

Past experience (V2) yang dimiliki Ayub Sanjaya yang didukung dengan adanya latar belakang pendidikan di bidang TIK-*Hardware*, membuat pemilik memiliki pemahaman yang baik

tentang TIK-*Hardware*. Pengalaman membuat pemilik mempunyai pengetahuan dan keterampilan/keahlian yang memberikan keuntungan tersendiri sejak awal pemilik merintis bisnis, sehingga dapat memberikan keunggulan bersaing/*competitive advantage* (V20) bagi usaha yang dijalankan.

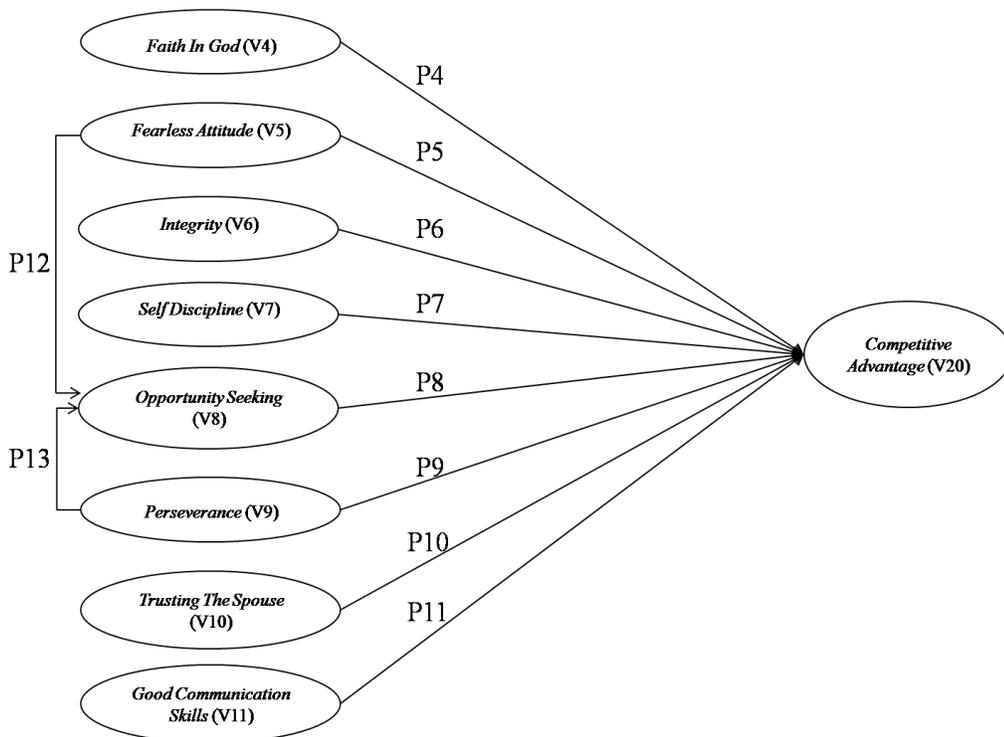
3) Proposisi 3 (P3)

Pemilik melihat adanya *opportunity to potential market* (V3), di mana pada saat itu di Kalimantan Tengah, belum ada pihak yang menyediakan produk maupun jasa TIK-*Hardware*. Pemilik dalam hal ini Ayub Sanjaya yakin terhadap kebutuhan masyarakat akan TIK-*Hardware* di Kalimantan Tengah khususnya di kota Sampit. Keyakinan ini diperkuat dengan adanya riset yang sudah dilakukan oleh pemilik. Ayub mendapati adanya keterbatasan bidang TIK-

Hardware di instansi pemerintahan maupun perusahaan swasta di Kalimantan Tengah. Kebanyakan instansi pemerintahan maupun perusahaan swasta masih belum memanfaatkan teknologi TIK-*Hardware*, dan tidak ada pihak yang mengerti cara mengoperasikan dan memanfaatkannya. Adanya permintaan secara langsung oleh beberapa orang kepada Ayub untuk membantu bidang TIK-*Hardware* di kota Sampit juga membuat pemilik semakin yakin akan potensi pasar yang ada. Posisi sebagai *first*

enterance dimulai dengan membuka lembaga pendidikan TIK-*Hardware* yang kemudian merambah ke *maintenance*, dan penjualan membuat pemilik lebih memiliki kemungkinan untuk menguasai pasar yang meningkatkan keunggulan bersaing/*competitive advantage* (V20) dari ABC Komputer.

Rumusan Masalah Penelitian Kedua: Karakteristik, dan Sikap Pemilik Dalam Menjalankan Usaha



Gambar 2: Model Masalah Penelitian Kedua

1) Proposisi 4 (P4)

Faith in God (P4) yang dimiliki oleh pemilik khususnya Veronica, membuat beliau percaya bahwa rencana Tuhan yang dapat membuat ABC Komputer bertahan hingga

saat ini. Kerugian yang dialami akibat kejadian-kejadian tidak menyenangkan seperti kebakaran, dan pencurian, dapat mempengaruhi keberlangsungan ABC Komputer. Namun, kondisi tersebut dapat

dilewati dengan baik oleh pemilik berkat adanya kepercayaan kepada Tuhan. Hal ini membuat *competitive advantage* (V20) yang dimiliki ABC Komputer meningkat dan bertahan, di mana kepercayaan terhadap kehendak dan rencana Tuhan membuat pemilik mempunyai iman yang menimbulkan keyakinan dalam ketidakpastian.

2) Proposisi 5 (P5)

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, *fearless attitude* (V5) yang dimiliki oleh Ayub Sanjaya muncul karena adanya keyakinan akan kemampuan yang dimiliki pemilik untuk menjalankan bisnis, tidak adanya rasa takut ini membuat pemilik memiliki sifat yang baik dalam menjalankan usaha yang dapat meningkatkan *competitive advantage* (V20).

3) Proposisi 6 (P6)

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, pemilik baik Ayub maupun Veronica menuturkan bahwa dalam menjalankan usaha, kejujuran harus selalu diutamakan untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen, *supplier*, dan mitra usaha (perusahaan pembiayaan). Kepercayaan yang dihasilkan dari *integrity* (V6) yang dimiliki pemilik dapat menimbulkan hubungan yang baik antara pemilik dengan pihak-pihak terkait yang dapat memberikan keunggulan bersaing/*competitive advantage* (V20) bagi ABC Komputer.

4) Proposisi 7 (P7)

Self Discipline (V7) yang ada dalam diri pemilik juga diterapkan dalam pengoperasian bisnis. Kedisiplinan ini dapat tercermin dalam salah satu

bentuk kontrol yang ditetapkan oleh Ayub Sanjaya untuk setiap cabang ABC Komputer, di mana setiap cabang wajib untuk melaporkan laporan harian yang terdiri dari laporan kegiatan, dan laporan keuangan. Sifat disiplin yang dimiliki oleh pemilik dapat menghasilkan kontrol yang baik sehingga dapat meminimalisir terjadinya kecurangan dalam pengoperasian bisnis. Hal ini dapat berkontribusi dalam peningkatan *competitive advantage* (V20) dari ABC Komputer.

5) Proposisi 8 (P8)

Ayub Sanjaya memiliki sikap untuk terus mencari kesempatan/*opportunity seeking* (V8) dengan melakukan ekspansi geografis maupun menambah objek penjualan dari ABC Komputer, hal ini membuat masyarakat semakin mengenal ABC Komputer dan memberikan keunggulan bersaing/*competitive advantage* (20) bagi ABC Komputer.

6) Proposisi 9 (P9)

Ketekunan/*perseverance* (V9) yang dimiliki oleh pemilik khususnya Ayub Sanjaya membuat pemilik memiliki sifat tidak pantang menyerah dan bekerja keras, hal ini diakui oleh mitra usaha dari ABC Komputer. Sifat pemilik ini dapat berkontribusi terhadap *competitive advantage* (V20) yang dapat menunjang keberadaan perusahaan.

7) Proposisi 10 (P10)

Adanya kepercayaan yang dimiliki Ayub dan Veronica terhadap satu sama lain, *trusting the spouse* (V10) akan mempengaruhi pengoperasian bisnis yang dijalankan. Kepercayaan membuat Veronica merasa yakin

untuk terlibat dalam pengoperasian bisnis ketika diminta oleh Ayub. Hal ini terjadi karena Veronica percaya bahwa Ayub telah menjalankan bisnis dengan baik sejak awal. Dalam wawancara yang dilakukan, Ayub juga menyatakan bahwa kehadiran Veronica sebagai sosok yang dapat dipercaya membuat pengoperasian bisnis menjadi lebih baik. Kepercayaan terhadap pasangan dapat memberikan kontribusi positif dalam pencapaian keunggulan bersaing/*competitive advantage* (V20).

8) Proposisi 11 (11)

Berdasarkan penuturan dari beberapa informan yang merupakan *supplier*, konsumen, dan mitra usaha melalui wawancara, pemilik mempunyai *good communication skills* (V11) yang khususnya dapat membuat konsumen dan *supplier* merasa nyaman, sehingga hubungan baik bisa terjalin. Kemampuan berkomunikasi yang baik/*good communication skills* (V11) menghasilkan hubungan yang bersifat positif, dan mendorong kemungkinan timbulnya hubungan yang saling menguntungkan. Hal ini akan berkontribusi untuk meningkatkan keunggulan bersaing/*competitive advantage* yang dimiliki.

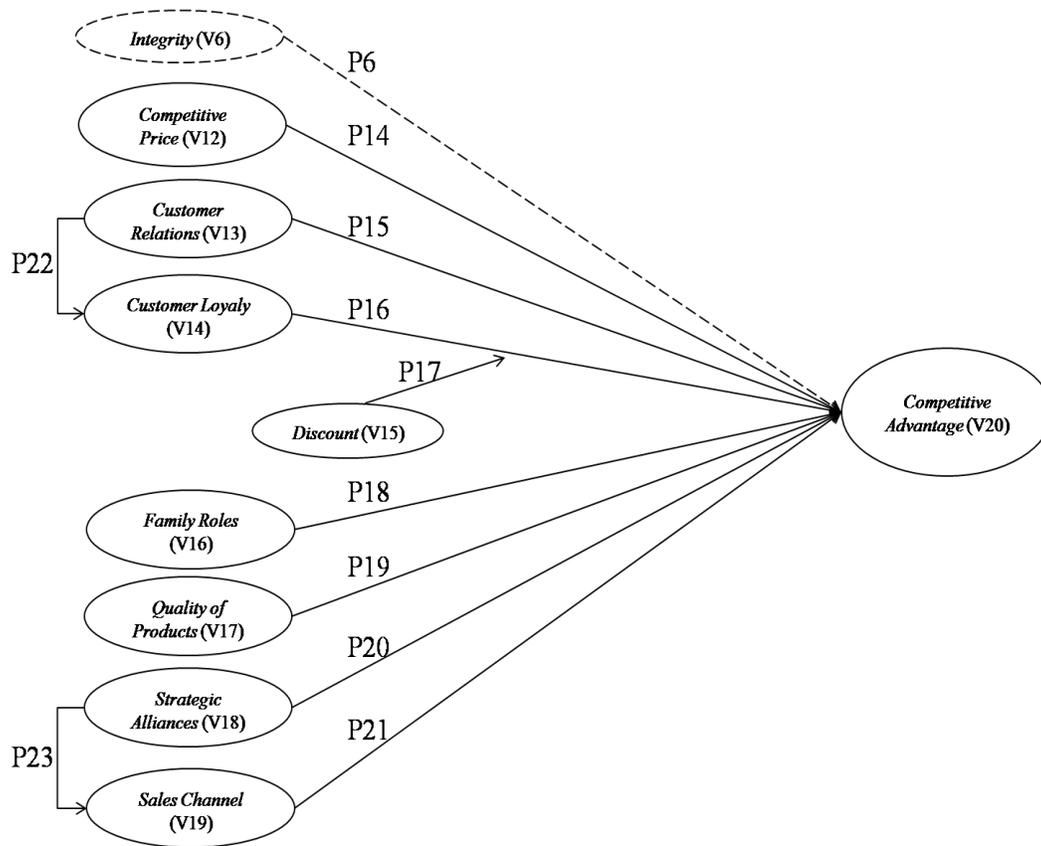
9) Proposisi 12 (P12)

Keberanian atau *fearless attitude* (V5) yang dimiliki oleh pemilik khususnya Ayub Sanjaya dalam menjalankan usaha membuat pemilik terus menerus mencari kesempatan/*opportunity seeking* (V8) di pasar terhadap kesempatan-kesempatan yang dapat memberikan nilai profit yang baik bagi ABC Komputer. *Fearless attitude* (V5) dari pemilik khususnya Ayub Sanjaya mempengaruhi sikap untuk mencari kesempatan/*opportunity seeking* (V8).

10) Proposisi 13 (P13)

Pemilik memiliki sikap untuk terus mencari peluang-peluang bisnis yang ada/*opportunity seeking* (V8), salah satu cara yang ditempuh pemilik adalah dengan melihat peluang yang dinilai memiliki potensi yang dapat memberikan nilai profit, maupun dengan pameran-pameran yang dilakukan. Hal ini timbul karena adanya sifat tekun/*perseverance* (V9) dari pemilik, turut membuat pemilik dapat bertahan melalui masa-masa sulit, dan berusaha bangkit menghadapinya dengan mencari peluang-peluang bisnis.

**Rumusan Masalah Penelitian Ketiga:
Keunggulan Bersaing yang Dimiliki
ABC Komputer**



Gambar 3: Model Masalah Penelitian Ketiga

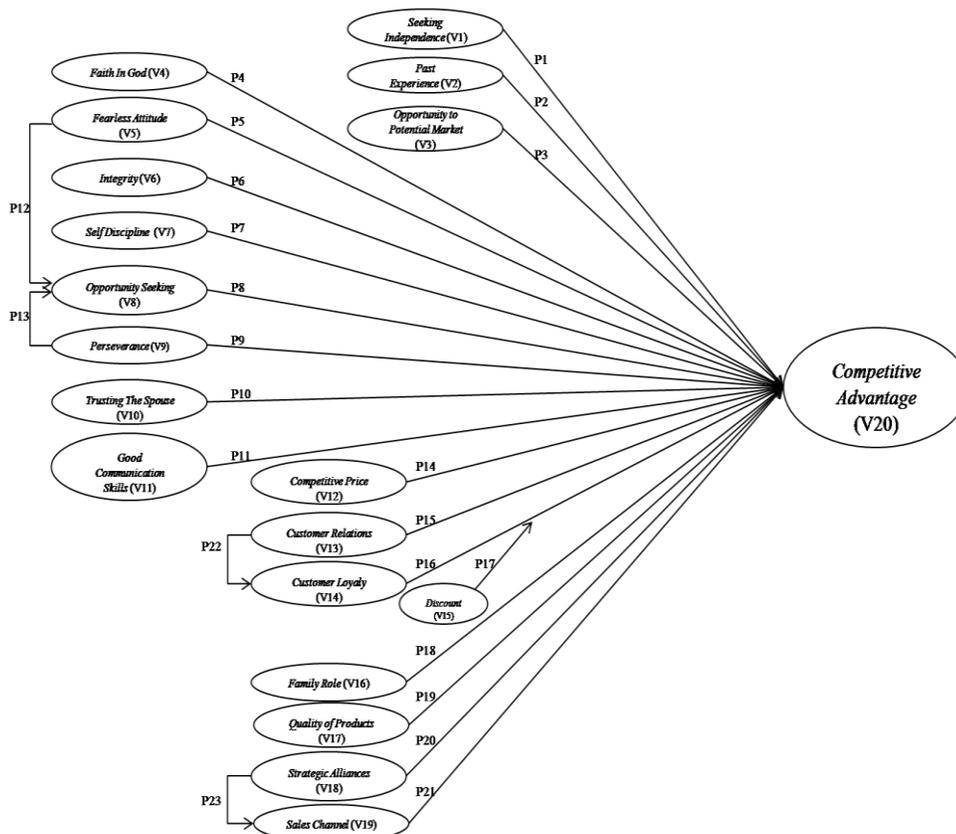
- 1) Proposisi 6 (P6)
Integritas/*integrity* (V6) yang dihasilkan dari sikap pemilik memberikan *competitive advantage* (V20) bagi ABC Komputer, integritas dari kejujuran yang dimiliki pemilik membuat *supplier* memberikan tenggang waktu yang lebih panjang kepada pemilik yang berpengaruh terhadap arus kas, hal ini memberikan *competitive advantage* (V20) bagi ABC Komputer.
- 2) Proposisi 14 (P14)
ABC Komputer memiliki *competitive price* (V12), dengan memberikan penawaran harga yang lebih murah, hal ini membuat ABC Komputer diminati banyak konsumen dan memiliki keunggulan *competitive advantage* (V20) di pasar.
- 3) Proposisi 15 (P15)
Customer relations (V13) yang dibangun oleh pemilik dengan menawarkan barang-barang yang berkualitas dan bergaransi resmi, perhatian terhadap layanan purna jual, serta pelayanan yang baik dan ramah dari pemilik maupun karyawan dari ABC Komputer juga memberikan keunggulan bersaing/*competitive advantage* (V20) bagi ABC Komputer.
- 4) Proposisi 16 (P16)
Customer loyalty (V14) yang dimiliki oleh pelanggan dari ABC Komputer, membuat pelanggan

- melakukan retensi pembelian, dan merekomendasikan ABC Komputer ke pihak lain yang berkontribusi terhadap *competitive advantage* (20) ABC Komputer.
- 5) Proposisi (17)
Pemberian *discount* (V15) dari pemilik kepada pelanggan-pelanggan yang setia, dapat mempengaruhi dan memperkuat *customer loyalty* (V14) yang mempengaruhi *competitive advantage* (V20).
 - 6) Proposisi 18 (P18)
Peran dari *family roles* (V16), Ayub dan Veronica sebagai suami dan istri dalam menjalankan ABC Komputer, dapat membuat bisnis yang dijalankan lebih baik. Hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Ayub dan Veronica, menyatakan bahwa adanya peran anggota keluarga dalam ABC Komputer dapat membuat komunikasi dan koordinasi menjadi lebih mudah, menurunkan risiko finansial, dan dapat memproteksi hal-hal yang berkaitan dengan nilai penjualan. Selain itu, adanya peran anggota keluarga dinilai Ayub lebih menguntungkan terhadap *competitive advantage* (V20) yang dimiliki, karena anggota keluarga akan bekerja dengan lebih sungguh dan fokus.
 - 7) Proposisi 19 (P19)
ABC Komputer menyediakan barang-barang yang terjamin kualitas dan keasliannya yang disertai dengan garansi resmi. *Quality of products* (V17) yang baik dari ABC Komputer memberikan *competitive advantage* (V20) kepada ABC Komputer.
 - 8) Proposisi 20 (P20)
Adanya *strategic alliances* (V18) yang dimiliki oleh ABC Komputer dengan perusahaan-perusahaan pembiayaan membuat ABC Komputer dapat menekan risiko finansial, dan banyak memberikan keuntungan bagi ABC Komputer sehingga dapat menghasilkan *competitive advantage* (V17) bagi ABC Komputer.
 - 9) Proposisi 21 (P21)
Cabang-cabang yang dimiliki oleh ABC Komputer, yang tersebar di wilayah Kalimantan Tengah, dan pameran-pameran yang sering dilakukan di titik-titik keramaian atau di daerah yang belum ada cabang dari ABC Komputer membuat *sales channel* (V19) yang dimiliki lebih luas dan dapat berkontribusi terhadap *competitive advantage* (V20).
 - 10) Proposisi 22 (P22)
Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada konsumen mengindikasikan, adanya *customer relations* (V13) yang baik dari ABC Komputer dapat menciptakan *customer loyalty* (V14). Pelanggan dapat merasa nyaman dan puas sehingga menjadi pelanggan setia dari ABC Komputer.
 - 11) Proposisi 23 (P23)
Strategic Alliance (V18) yang dimiliki oleh ABC Komputer dengan salah satu perusahaan pembiayaan, membuat ABC Komputer memiliki *sales channel* (V19) yang lebih luas, karena dapat menjangkau wilayah yang lebih luas tanpa harus membuka cabang di wilayah tersebut, dengan melakukan pameran-pameran hasil kolaborasi antara ABC Komputer dan perusahaan pembiayaan.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa motivasi yang dimiliki pemilik dalam memulai usaha, karakteristik dan sikap yang dimiliki pemilik, serta keunggulan yang dimiliki ABC Komputer sehingga dapat menghasilkan keunggulan bersaing, berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha. Berdasarkan penelitian studi kasus yang dilakukan terhadap ABC Komputer, hasil dari penelitian dapat menjawab rumusan masalah yang ada, serta menghasilkan *mini-theory* yang menunjukkan keunggulan bersaing yang dimiliki oleh ABC Komputer sehingga dapat bertahan selama 25 tahun. Menurut Jonker & Pennink (2010) *mini-theory*

merupakan teori yang berlaku untuk satu situasi tertentu sehingga masih diperlukan pembuktian validitas umum; mengulangi penelitian *mini-theory* dapat mengembangkan *mini-theory* yang ada, dan menghasilkan *grand theory* yang merupakan teori yang berguna dalam berbagai situasi dan waktu tertentu. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah waktu penelitian yang singkat, dan keberadaan objek serta subjek penelitian yang berada di Kalimantan Tengah membuat peneliti mengalami keterbatasan jangkauan jarak dalam melakukan penelitian. Penelitian ini juga terbatas pada konteks UKM komputer di Kalimantan Tengah



Gambar 4: *Mini-Theory* yang menyimpulkan 3 hasil masalah penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini, model yang diperoleh dapat digunakan untuk berkontribusi dalam merumuskan faktor-faktor keunggulan bersaing yang dapat menghasilkan keberlangsungan usaha. Untuk penelitian yang akan datang, dapat dilakukan penelitian terhadap keunggulan bersaing dengan objek yang sama ketika sudah diturunkan ke generasi selanjutnya atau dipindahkan. Untuk penelitian yang selanjutnya, juga dapat dilakukan penelitian dengan membandingkan dua objek sejenis, guna mengetahui keunggulan bersaing yang dimiliki. Selain itu, dalam penelitian selanjutnya hasil dari penelitian kualitatif ini dapat diuji secara kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia dan Pusat Kajian Komunikasi Universitas Indonesia. (2015). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Diakses 15 Juni 2016. dari: <https://apjii.or.id/downfile/file/PROFILPENGGUNAINTERNETINDONESIA2014.pdf>
- Badan Pusat Statistik Kalimantan Tengah. (13 Agustus 2012). *Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional Kalimantan Tengah 2011*. Diakses 2 Juni 2016. (No Publikasi. 62520.1201). dari: http://kalteng.bps.go.id/webbeta/websiteV2/pdf_publicasi/Hasil-Survei-Sosial-Ekonomi-Nasional-Kalimantan-Tengah-Tahun-2011.pdf
- Badan Pusat Statistik Kalimantan Tengah. (13 November 2015). *Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional Kalimantan Tengah 2014*. Diakses 2 Juni 2016. (No Publikasi. 62520.1505). Tersedia di: http://kalteng.bps.go.id/webbeta/websiteV2/pdf_publicasi/Hasil-Survei-Sosial-Ekonomi-Nasional-Kalimantan-Tengah-2014.pdf
- Badan Pusat Statistik Kalimantan Tengah. (6 Juni 2016). *Statistik Ekspor Kalimantan Tengah*. (No Publikasi. 62540.1605). Tersedia di: http://kalteng.bps.go.id/webbeta/websiteV2/pdf_publicasi/Hasil-Survei-Sosial-Ekonomi-Nasional-Kalimantan-Tengah-2014.pdf. Diakses 10 Juni 2016.
- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2016). *Entrepreneurship Successfully Launching New Ventures* (5th ed). Pearson Education Limited.
- Butarbutar, F. & Purba, J. T. (2015) Towards Educational Great and Strong Leaders: An Empirical Investigation at the Seventh-Day Adventist Schools in Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. Vol.II No.5. STIE Surya Nusanatara.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed). SAGE Publications.
- Hennink, M., Hutter, I., Bailey, A. (2011). *Qualitative Research Methods*. SAGE Publications.
- Jonker, J., & Pennink, B. (2010). *The Essence of Research Methodology: A Concise Guide for Master and*

PhD Students in Management Science. Springer.

- Kamaludin & Purba, J.T. (2015). Strategic Management Banking Technology Readiness Analysis in Facing Challenges and Opportunities. Diakses pada tanggal 27 Nopember 2016 from <http://www.atlantispress.com/php/pub.php?publication=iceb-15>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management* (12th ed). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Lambing, P., & Kuehl, C. R. (2000). *Entrepreneurship* (2nd ed). Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Linton, I. (2011). *Brilliant Marketing Plans: What To Know And Do To Make A Successful Plan*. Pearson. Tersedia di: https://books.google.co.id/books?id=qqnVPPb_cC&printsec=front-cover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false diakses tanggal 23 Maret 2017.
- Longenecker, J. G., Moore, C. W., Petty, J. W. (1994). *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis* (9th ed). South-Western Publishing Co.
- Micheels, E. T., & Gow, H. R. (2008). Market orientation, innovation and entrepreneurship: An empirical examination of the Illinois beef industry. *International Food and Agribusiness Management Review*, 11(3), 31-56.
- Nadeak, B. & Purba, J. T. (2014). Applied Management Strategy on Human Capital in Higher Education for Faculty Development in the Dynamic Service Industry : A Case Study. *Journal of Content Business in Today's Industry 1* (Vol. I), 57 -66.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Poza, E. J., & Daugherty, M. S. (2014). *Family business* (4th ed). South-Western Cengage Learning.
- Purba, J. T. & Rorim (2014). Purba, J.T. (2014). Usage of IT Services in Higher Education Management for Innovation Strategy: A case study. *Proceedings*. Presented in the International Conference and Organizational Innovation (ICOI 2014) De La Salle University System, Manila, Philippines on August 12-14, 2014.
- Purba, J. T. (2014). Service Performance ICT Train New Technologies towards Organizations: Case study Asindo Informatika. Seminar Nasional Dies Natalis Universitas Sebelas Maret (UNS) Solo XXXVIII 1.
- Purba, J. T. (2014). Purba, J. T. (2014). Service Management Strategy by Implementing the Academic Information Systems in Indonesia Higher Education: Case Study. *Proceedings*; Presented in 11th International annual symposium on management 2014, in Batu Malang, East Java.

- Purba, J. T. (2015). Enhancing Competitiveness in Business through Entrepreneurial Management Education as a Strategy in Facing Regional Opportunities and Challenges. *Prosiding. Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia 6 [FMI6] di Medan Sumatera Utara.*
- Purba, J. T. (2015). Purba, J. T. (2015). Strategic Innovation through Technology Readiness and Acceptance in Implementing ICT for Corporate Sustainability. *Proceeding. International Symposium and Management in Makassar, March 2015.*
- Purba, J. T. (2014). Strategi pengembangan dosen untuk menghadapi masyarakat ekonomi Asia tenggara: Studi kasus. *Prosiding. Seminar Nasional FE Universitas Achmad Yani, Bandung, Jawa Barat.*
- Purba, J. T. & Rorim, P. (2015). Rorim, P. & Purba, J.T. (2015). Lecturers and Students Technology Readiness in implementing Services Delivery of Academic Information System in Higher Education Institution: A Case Study. Diakses pada tanggal 30 Juli, 2016 dari https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-662-46742-8_49.
- Purba, J. T. (2015). Building Higher Education Institution Capacity in Indonesia through Strategic Faculty Development. Purba, J. T. (2015). Building Higher Education Institution Capacity in Indonesia through Strategic Faculty Development. *Journal of Asian Scientific Research*, 2015, 5(6), 291-302. Diakses 28 September 2016 dari: <https://pdfs.semanticscholar.org/c9b6/30d110d7d364fb7fc26d07147578c8553ff7.pdf>
- Purba, J. T. (2014). “Pengukuran Kualitas Layanan Unit Kerja Teknologi Informasi Menuju Strategi Tata Kelola Organisasi” : Studi Kasus. *Prosiding. Seminar Nasional & Call Paper. Economic Globalization: Trend and Risk for Developing Country, 22-24 Mei 2014 di Hotel BTC Bandung, West Java, Indonesia*
- Purba, J. T. (2015). Usage of IT Services in Higher Education Management for Innovation Strategy: A case study. *Proceedings. Presented in the International Conference and Organizational Innovation (ICOI 2014) De La Salle University System, Manila, Philippines on August 12-14, 2014.*
- Purba, J. T. & Butarbutar, F. (2016). Manajemen Strategi Menuju Kepemimpinan yang handal menghadapi persaingan Global: Suatu studi Empiris. *Prosiding. Konferensi Nasional Riset Manajemen X (KNRMX) PPM. Akselerasi Daya Saing Menuju Keunggulan Organisasi yang Berkelanjutan” Lombok, 20-22 September 2016. Tersedia di: https://www.researchgate.net/.../323855109_MANAJEMEN_STRATEGI_MENUJU_KE. Diakses tanggal 28 September 2016.*
- Purba, J. T. & Tan, J. D (2016). Strategic Service Management in

- Hospitality Industry: case study of Grand Tasty Restaurants. *Prosiding. Seminar Nasional Conference Management and Behavioural Studies 2016*.
- Purba, J. T. (2012), "Evaluation of Service Quality over Customers' Satisfaction of Hotel ABC Puncak Bogor as a tool for Competitive Strategy", *Jurnal Pengembangan Bisnis & Manajemen*, Vol. XII No. 20 April, hal. 1-7
- Republika. (2015). *Fokus Publik – PHK Meningkat, TKA Marak*. Diakses 10 Juni 2016. Tersedia di: <http://www.republika.co.id/berita/koran/fokus-publik/15/09/11/nuibs621-fokus-publik-phk-meningkat-tka-marak>
- Purba, J.T. and Rorim, P (2015). *Innovation Strategy Services Delivery: An Empirical Case Study of Academic Information Systems in Higher Education Institution*. Diakses pada tanggal 25 Mei 2016 dari https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-662-46742-8_47
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business* (6th ed). John Wiley & Sons Ltd.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitable*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tobing, R. P. & Purba, J. T. (2014). *Audit Layanan Sistem Informasi Universitas XYZ Jakarta Timur untuk Strategi Good University Governance dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015*. *Prosiding. Seminar Nasional dalam Rangka Menghadapi MEA 12* (Seminar Nasional FEB UPI)
- Tobing, S.J. & Purba, J. T. (2014). *Pengukuran dan Evaluasi Kinerja Dosen untuk Strategi Penguatan Daya saing: studi kasus*. *Prosiding. Seminar Nasional Teknologi Industri (SNTI)*. Fakultas Teknologi Industri, Universitas Trisakti, Jakarta. Tersedia di: <https://lib.atmajaya.ac.id/default.aspx?tabID=52&prang=Purba%2C+John+Tampil>. Diakses pada tanggal 27 Juni 2016.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., Wilson. M. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (5th ed). Jakarta: Salemba Empat.