



Analisis Dampak Kondisi Persaingan Pasar dengan Metode Michael Porter's Competitive Forces and Strategies Model

Kurniawati ^{*}, Riska Dami Ristanto ².

Universitas IVET, Universitas Negeri Semarang

DOI:

Info Articles

Sejarah Artikel:

Disubmit

Direvisi

Disetujui

Keywords:

E-Commerce, UniPin,
Competitive Forces and
Strategies Model

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak dari kondisi persaingan pasar di perusahaan penyedia voucher game online. Penelitian ini dilaksanakan pada studi kasus perusahaan penyedia voucher game online UniPin. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan observasi dan pengamatan langsung berdasarkan keadaan sistem informasi yang sesungguhnya. Analisis dilakukan dengan menggunakan Michael Porter's Competitive Forces and Strategies Model. Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan UniPin mampu mengembangkan lima Competitive Strategies dalam menghadapi persaingan pasar.

Abstract

This study aims to identify the impact of competitive conditions in the market leading provider of online gaming vouchers. The research was conducted on a case study leading provider of online gaming vouchers UniPin. The method used is descriptive analysis method with case study approach. Data was collected by means of observation and direct observation based on the actual state of the information system. Analyses were performed using Michael Porter's Competitive Forces Model and Strategies. The analysis showed that the company was able to develop five UniPin Competitive Strategies in the face of market competition.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi menyebabkan kebutuhan akan tersedianya teknologi yang dapat menghasilkan informasi berkualitas semakin meningkat. Informasi tersebut dapat menjadi dasar dan alat bantu dalam pelaksanaan kegiatan antara pengguna dan penyedia informasi. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengadakan survei pengguna internet di Indonesia. Hasilnya adalah jumlah pengguna aktif internet Indonesia mencapai 63 juta orang, atau sekitar 24% dari total populasi Indonesia. Dari data pengguna internet aktif, diperkirakan pemain game online aktif Indonesia berkisar 6 jutaan, atau sekitar 10% dari jumlah pengguna internet.

Sejalan dengan kebutuhan informasi mengenai game online, bagi orang Indonesia sangatlah minim. Hal itu disebabkan mayoritas game online dikembangkan dan dikelola di luar negara Indonesia. Kebutuhan akan tersedianya informasi mengenai game online dan cara melakukan pengisian voucher menjadi sangatlah penting bagi gamer/pengguna.

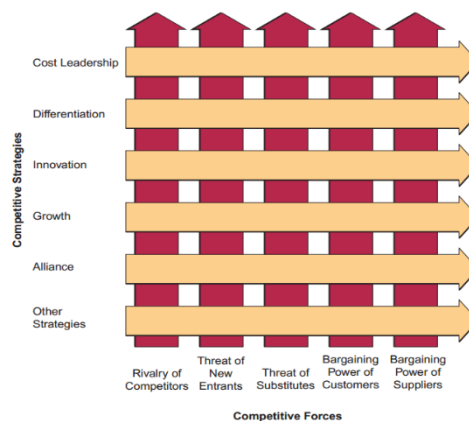
UniPin adalah sebuah portal yang menjual credit/voucher untuk game online di Indonesia. UniPin merupakan startup pembayaran yang berusia tujuh tahun asal Indonesia. Tujuan dari UniPin adalah menjadi sebuah solusi yang menyediakan pembayaran untuk semua jenis game online di seluruh Indonesia.

Saat ini, ada sekitar 30 staff yang bekerja di UniPin, dan memiliki sekitar 450.000 lebih pengguna aktif bulanan yang menggunakan jasa UniPin untuk membeli kredit/voucher game online. Selain itu UniPin juga memiliki 9.000 distributor atau outlet fisik, 100.000 agen, dan sekitar 2.000 game yang sudah terintegrasi dengan voucher UniPin. Meningkatnya jumlah pengguna menunjukkan semakin banyak yang menggunakan layanan jasa dalam melakukan pengisian voucher game online. Semakin banyaknya pengguna maka akan berdampak pada kondisi persaingan pasar di perusahaan penyedia voucher game online. **Pertanyaan Penelitian:** Bagaimana kesiapan perusahaan penyedia voucher game online UniPin untuk menghadapi persaingan pasar?

Jadi, analisis pada paper ini difokuskan pada kondisi persaingan pasar di perusahaan penyedia voucher game online UniPin dan kesiapannya bagi pendatang baru dengan menggunakan Michael Porter's Competitive Forces and Strategies Model.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan sistem informasi berdasarkan kenyataan yang sesungguhnya. Menjawab pertanyaan penelitian, analisis dilakukan dengan menggunakan Michael Porter's Competitive Forces and Strategies Model untuk mengetahui bagaimana kesiapan perusahaan penyedia voucher game online UniPin dalam menghadapi persaingan pasar.



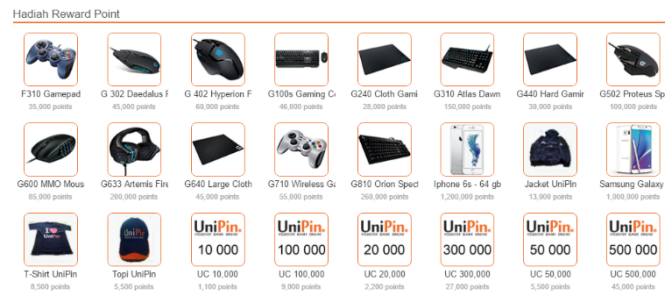
Gambar 1. Competitive Forces and Strategies Model

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis dari perusahaan penyedia voucher game online UniPin menggunakan Michael Porter's Competitive Forces and Strategies Model adalah sebagai berikut:

1. Cost Leadership

Dengan menjadi member UniPin, maka setiap pembelian voucher game online akan mendapatkan reward berupa poin yang nantinya dapat ditukarkan dengan hadiah-hadiah eksklusif dari unipin sesuai dengan jumlah poin yang dikumpulkan.



Gambar 2. Cost Leadership Strategy UniPin

Selain menggunakan reward point, UniPin juga menggunakan strategi dengan mengadakan event rebate atau bonus voucher tambahan sebesar 15% dari jumlah pembelian pada game tertentu.

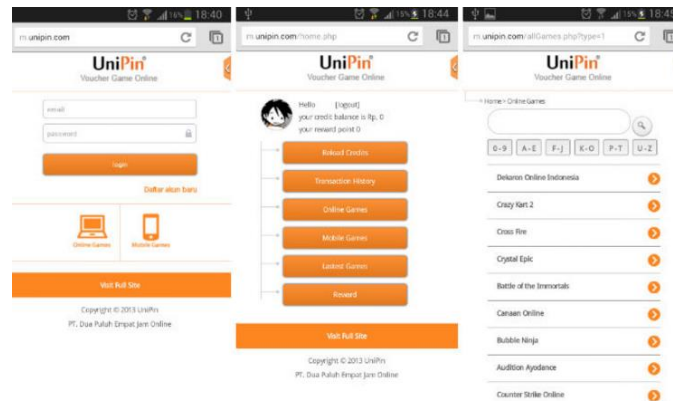
2. Differentiation

UniPin memberikan pelayanan yang berbeda dari para kompetitornya. Adapun layanan UniPin yang menjadi pembeda dari produk yang lain ditampilkan pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Perbandingan Layanan UniPin dengan Kompetitor

Layanan	UniPin	Indomog	MOL	AyoPay	Gudang Voucher
Website	√	√	√	√	√
Mobile	√	√			
Online 24 Jam	√	√	√		
Mobile Pulsa	√				√

UniPin, sebuah portal penjualan voucher khusus game online dan game mobile, meluncurkan situs mobilenya yaitu UniPin Mobile. UniPin Mobile bertujuan untuk mempermudah dan mempercepat pembelian voucher game bagi para sahabat UniPin (panggilan akrab untuk pengguna setianya). Metode pembayarannya semakin beragam, antara lain SMS banking, transfer antar bank, e-banking, mobile banking, dan sebagainya.

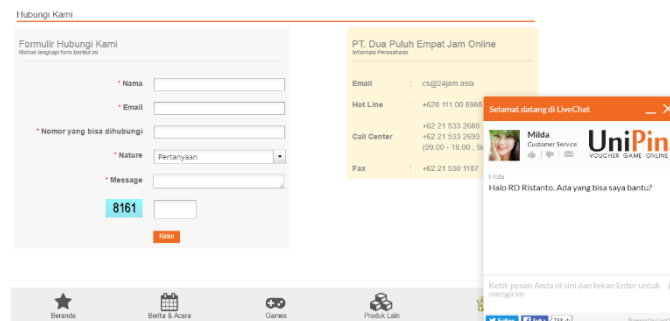


Gambar 3. UniPin Mobile

Dalam kegunaannya, UniPin versi mobile ini tidak berbeda dengan versi browser-nya. Ashadi Ang, Executive Director PT 24 Jam Online (perusahaan di balik UniPin), menjelaskan bahwa “41 juta pengguna smartphone di Indonesia merupakan pasar potensial bagi UniPin, dan kami siap melayani gamer pengguna smartphone melalui situs mobile m.unipin.com”. Ang juga memilih untuk meluncurkan versi mobile daripada aplikasi tersendiri karena versi mobile ini bisa digunakan di semua platform (iOS, Android, dan Windows) dan mempermudah mereka untuk menambah pengguna.

3. Innovation

UniPin menerapkan sistem bisnis yang berfokus pada kepuasan pelanggan dengan cara memberikan support pelayanan 24 jam. Jika ada permasalahan ataupun ada hal yang ingin ditanyakan dapat langsung menghubungi admin UniPin via email, Hot Line, Call Center, Fax ataupun dengan Live Chat.

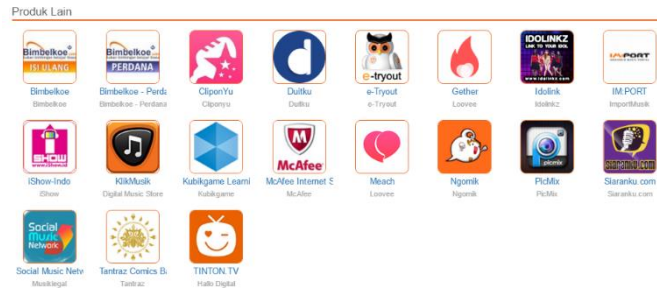


Gambar 4. Customer Service UniPin

Untuk dapat menggunakan layanan ini, kita harus mengisi identitas diri kita terlebih dahulu seperti nama, email, serta nomor telephone yang dapat dihubungi. Selain dapat mengirimkan pesan pertanyaan, kita juga dapat menggunakan fasilitas Live Chat. Dengan fasilitas ini kita dapat berhubungan langsung (Online) dengan customer service dari UniPin. Atau dapat juga menggunakan fasilitas call center dengan menghubungi nomor telephone yang disediakan oleh pihak UniPin.

4. Growth

Saat ini layanan UniPin tidak hanya fokus pada pembayaran voucher game online saja, tetapi juga melayani kebutuhan pembayaran produk selain game online. Beberapa contoh diantaranya adalah McAfee Internet Security, KlikMusik, TINTON.TV, Ngomik, Siaranku.com, E-Tryout.



Gambar 5. Layanan UniPin Selain Voucher Game Online

Untuk memenuhi kebutuhan pasar, UniPin mengembangkan produknya untuk melayani pembayaran produk selain game online. Berdasarkan informasi dari Executive Director UniPin bahwa untuk kedepannya unipin akan terus mengembangkan produknya ke lebih banyak lagi layanan pembayaran sesuai dengan tujuan utama UniPin yaitu untuk mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi pembayaran.

5. Alliance

Strategi yang dilakukan UniPin adalah dengan menghimpun kekuatan melalui kerjasama eksklusif dengan Indomaret, jaringan minimarket terbesar di Indonesia yang memiliki lebih dari 6.000 minimarket, sebagai tempat penjualan kredit UniPin. Sehingga menjadikan UniPin sebagai perusahaan penyedia voucher game online terpopuler hingga ke pelosok daerah di Indonesia.



Gambar 6. Channel Pembayaran UniPin

Selain bekerjasama dengan perusahaan minimarket terbesar di Indonesia, UniPin juga bekerjasama dengan berbagai channel pembayaran mulai dari Bank, ATM, Kartu kredit, hingga voucher pulsa guna untuk mempermudah dalam transaksi pembayaran. Untuk memperluas jaringan, UniPin juga membuka peluang bagi perusahaan yang ingin bekerjasama dengan UniPin.

Kerjasama

Fomulir Hubungan Kerjasama
Mohon lengkapi form berikut ini

* Nama

* Email

Nama Perusahaan

* Nomor yang bisa dihubungi

Country/Region

* Deskripsi Produk

6268

Gambar 7. Formulir Hubungan Kerjasama UniPin

Untuk dapat melakukan kerjasama dengan perusahaan UniPin, kita harus mengisi formulir hubungan kerjasama seperti pada gambar 8 yaitu dengan mengisi data nama, email, nama

perusahaan, nomor telephone yang dapat dihubungi, negara atau regional serta deskripsi produk yang kita tawarkan.

SIMPULAN

Dampak dari kondisi persaingan pasar pada perusahaan penyedia voucher game online, membuat UniPin harus mengembangkan competitive strategies untuk menghadapi ancaman yang membentuk struktur persaingan dalam industrinya. Berdasarkan analisis menggunakan Competitive Froces and Strategies Model, perusahaan UniPin mampu mengembangkan lima Competitive Strategies yaitu Cost Leadership, Differentiation, Innovation, Growth, dan Alliance.

DAFTAR PUSTAKA

- Cathy, A., ENZ, (2005). *Hospitality Strategic Management: Concepts and Cases*, Wiley
- Eren, E. (2000). *Stratejik Yonetim ve Isletme Politikasi*, Istanbul: Beta Yayinlari
- Fahmi Maisam Cahyo. (2015). *Kelebihan dan Kekurangan E-Commerce*. Depok: STT-NF
- Kalakota, Ravi & Whinston, Andrew B. (1997). *Electronic Commerce: A Manager's Guide*. London: Addison-Wesley.
- Porter, M. (2000). *Rekabet Stratejisi: Sektor ve Rakip Analiz Teknikleri Cev*: Gulen Ulubligen.
- Laudon, Kenneth C. & Laudon, Jane P. (1998). *Management Information Systems - New Approaches to Organization & Technology*. New Jersey: Prentice Hall.
- O'Brien, James A. & Marakas George M. (2010). *Introduction to Information Systems*. United States: McGraw-Hill.