



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Bersaing Best Buy Company

Skripsi

Oleh

Andre Saputra Sembiring

2011320089

Bandung

2018



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Bersaing Best Buy Company

Skripsi

Oleh

Andre Saputra Sembiring

2011320089

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2018



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Andre Saputra Sembiring
Nomor Pokok : 2011320089
Judul : *Analisis Strategi Bersaing Best Buy*

Telah diuji dalam Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Pada
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji :

Ketua Sidang

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si :

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D :

Anggota

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M. :

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Andre Saputra Sembiring

NPM : 2011320089

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bersaing Best Buy

Dengan ini menyatakan bahwa rancangan penelitian ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.



Bandung, 30 Juli 2018

Andre Saputra Sembiring

ABSTRAK

Nama :Andre Saputra Sembiring

NPM :2011320089

Judul :Analisis Strategi Bersaing Best Buy

Bisnis ritel merupakan bisnis yang memiliki daya saing sangat ketat antar perusahaan, termasuk dalam bisnis ritel elektronik, dimana perusahaan- perusahaan saling berkompetisi untuk mendapatkan hati konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan mereka. persaingan ini meliputi dari, harga, keunikan produk, servis yang diberikan, dan lain-lain. Dikarenakan oleh persaingan yang ketat inilah diperlukan strategi yang tepat untuk menghadapi ketatnya persaingan di industri ini. Studi kasus yang akan diteliti adalah strategi bersaing dari Best buy untuk menghadapi persaingan dan dapat bertahan dalam industry ini.

Penelitian ini menggunakan teori- teori strategi bersaing, strategi 5 ancaman, dan strategi generic. Teori ini digunakan karena saling berhubungan satu sama lain dan merupakan satu bentuk strategi yang dijalankan oleh perusahaan yang bergerak dalam industri ritel elektronik yang dinilai dapat mengevaluasi strategi yang telah digunakan dan seefektif apa strategi yang telah digunakan selama ini. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan data sekunder.

Hasil penelitian ini akan memberikan pemahaman tentang bagaimana Best buy bersaing sebagai perusahaan. Langkah- langkah apa yang telah diambil oleh perusahaan, sudah seefektif apa langkah tersebut dan apakah langkah yang sesuai untuk perusahaan di masa mendatang. Sejauh ini Best Buy masih dapat bersaing dengan para pesaingnya dan hal itulah yang membuat Best buy masih dapat bertahan menjadi salah satu perusahaan ritel elektronik terbesar didunia.

Penjualan produk elektronik menggunakan media online menunjukkan pergerakan yang sangat berpengaruh dalam bisnis ritel ini, oleh karena itu penelitian ini diharapkan mampu menemukan strategi jangka pendek maupun jangka panjang untuk perusahaan.

Dengan mengetahui posisi perusahaan dan strategi yang digunakan, secara tidak langsung kita akan mengetahui keefektivitasan strategi yang digunakan sehingga dapat melihat peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan dari perusahaan sehingga didapatlah strategi yang efektif untuk dipergunakan oleh Best Buy kedepan

ABSTRACT

Name : Andre Saputra Sembiring

NPM : 2011320089

Title : *Competing Strategy Analysis of Best Buy Company*

Business retail has a very tight competitiveness between companies, including in electronic retail business, where companies compete to get the attention of consumers to increase their sales. The competition are price, product uniqueness, service provided, and etc. Due to the intense competition that is required the right strategy to face the tight competition in this industry. Case study to be studied is a competitive strategy from Best buy to face competition and can survive in this industry.

This study uses competing strategy theories, strategy 5 forces , and generic strategy. These theories are used because they are interconnected with each other and a form of strategy run by companies engaged in the electronic retail industry that is assessed to evaluate the strategies that have been used and effectively what strategy has been used so far. This research is conducted qualitatively by using secondary data

The results of this study will provide an understanding of how Best buy competes as a company. What strategy has been taken by the company, how effective it is and what step is appropriate for the company in the future. So far Best Buy is still able to compete with its competitors and that's what makes Best Buy can still survive to be one of the largest electronic retail companies in the world.

The sale of electronic products using online media shows a very influential movement in this retail business, therefore this research is expected to find short and long term strategy for the company

By knowing the position of the company and the strategy has been used , indirectly will create the effectiveness of the strategy. by seeing the opportunities, threats, strengths, and weakness of the company, it will obtain the effective strategy for Best Buy company to face the competition in the future.

Kata Pengantar

Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan penyetaannya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

Penulis juga ingin berterimakasih yang sebesar- besarnya kepada Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D, selaku pembimbing dari penulis. Berkat kesempatan, dorongan semangat dan bimbingan dari beliau, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar, sesuai, dan tepat waktu.

Skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Bersaing Best Buy Company**” dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan penulis pada jenjang Strata satu program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis masih membutuhkan masukan dan saran untuk dapat memperkaya khasanah pendidikan dalam bidang bisnis.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar- besarnya terhadap seluruh pihak yang telah menjadi bagian dalam proses penulis selama menuntut ilmu di universitas ini. Oleh karena itu, penulis ingin berterimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena penyertaanNYA yang membuat penulis selalu ingat akan tujuan penulis/

2. MAMAK, BAPAK, KAKAK, keluarga selalu menjadi hal yang paling memotivasi penulis hingga saat ini.
3. FISIP UNPAR 2011
4. Rayi Stone joana for anyting that I can't describe with this thesis
5. Agung Yemme, Tojeng, Hans thanks for supporting me at the last
6. Sahabat dan teman- teman yang telah memberikan kontribusi selama penulis menempuh kuliah di universitas ini,

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR GRAFIK	vi
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Kerangka Teoritis	8
2.2. Strategi Bersaing <i>Five Forces</i>	8
2.3. Strategi Generik	10
2.4. Analisis SWOT	15
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1. Jenis Penelitian	19
3.2. Teknik Pengumpulan Data	20

BAB IV OBJEK PENELITIAN	22
4.1. Profil Perusahaan	22
4.1.1. Logo Perusahaan	22
4.1.2. Manajemen BestBuy Company	23
4.1.3. TampilanToko dari BestBuy	24
4.2. Sejarah Perusahaan	25
4.2.1. Sejarah BestBuy Co	25
4.2.2. Produk & Merek	28
4.3. Visi dan Misi Perusahaan	31
4.3.1. Visi Perusahaan	31
4.3.2. Misi Perusahaan	32
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
5.1. Posisi Perusahaan Dalam Industri	33
5.2. Strategi Perusahaan BestBuy	51
5.2.1. Analisis Strategi Generik	51
5.2.2. Analisis Teori Bersaing <i>Five Forces</i>	60
5.3. Efektifitasan Strategi	64
5.4. Strategi BestBuy Mendatang	70
5.4.1. Analisis SWOT	75
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	80
6.1. Kesimpulan	80
6.2. Saran	85
6.2.1. Solusi Jangka Pendek	86

6.2.2. Solusi Jangka Panjang	88
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Manajemen BestBuy	23
Tabel 4.2 Perkembangan perusahaan sejak tahun 2000	25
Tabel 5.3 Pendapatan Target Corp.	40
Tabel 5.4 Pendapatan Gateway Inc.	42
Tabel 5.5 pendapatan Costco Wholesale Corp.	45
Tabel 5.6 Pendapatan BestBuy Co.	48
Tabel 5.7 Komparasi Persaingan	50
Tabel 5.8 Jumlah Toko BestBuy	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Teori <i>five forces</i>	9
Gambar 2.2 Strategi Generik	12
Gambar 4.1 Logo BestBuy	22
Gambar 4.2 Toko BestBuy dari dalam	24
Gambar 4.3 Jenis Produk yang dijual	31
Gambar 5.1 Logo Walmart	37
Gambar 5.2 Amazon.Inc	40
Gambar 5.3 Logo Target corp.	42
Gambar 5.4 Logo Gateway Inc.	45
Gambar 5.5 Logo Costco Wholesale Corp	47
Gambar 5.6 Penawaran perhari BestBuy	52
Gambar 5.7 Fitur online shopping Amazon.Inc	53
Gambar 5.8 Perbedaan BestBuy dengan Amazon dari segi produk yang dijual	54
Gambar 5.9 Perbedaan Best Buy dengan Amazon dari segi produk yang dijual	56
Gambar 5.10 Diskon jika melakukan aktivasi	57
Gambar 5.11 Penawaran spesial setiap hari	57
Gambar 5.12 Penawaran spesial setiap hari	58

Gambar 5.13 Pengiriman Gratis	59
Gambar 5.14 Dapat membayar menggunakan poin	59
Gambar 5.15 Customer Care	65
Gambar 5.16 Walmart vs BestBuy	65
Gambar 5.17 Costco vs BestBuy	66
Gambar 5.18 Amazon.Inc vs Bestbuy	66
Gambar 5.19 Gateway vs Bestbuy	67
Gambar 5.20 Target.corp vs Bestbuy	67

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 5.1 Pendapatan Walmart	35
Grafik 5.2 Pendapatan Amazon.inc	38

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan modern, akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan yang bergerak dibidang industri, penjualan maupun jasa. Dengan keadaan seperti ini, tentu saja tidak menutup kemungkinan perusahaan-perusahaan tersebut akan bersaing ketat dengan perusahaan yang mengeluarkan produk yang sejenis. Perusahaan hendaknya menyadari bahwa dengan adanya persaingan tersebut sangat sulit bagi perusahaan untuk membangun reputasi perusahaan, demikian pula sebaliknya sangat mudah untuk kehilangan reputasi perusahaan tersebut.

Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk sejenis dan produk substitusi, maka manajemen perusahaan harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik. Supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada perusahaan lain. Perusahaan dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen atau perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu juga diperlukan pemasaran yang baik. Dengan pemasaran produk yang baik maka akan dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar. Jika itu sudah terjadi maka dapat dipastikan perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal. Jika pemasaran produk yang dilakukan tidak atau kurang tepat maka akan terjadi penurunan penjualan yang akan memberi dampak penurunan pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut.

Perusahaan memerlukan pengetahuan dan perumusan strategi yang tepat. Selanjutnya strategi tersebut akan dilaksanakan dan dikelola secara efektif dan efisien. Untuk melaksanakan strategi tersebut diperlukan adanya keputusan strategis dari manajer. Hal ini akan mendorong perusahaan berlomba untuk menerapkan strategi apa yang paling tepat untuk memasuki dan merebut pasar.

Hal di atas akan dicoba untuk diimplementasikan pada perusahaan yang bergerak pada bidang ritel produk-produk rumah tangga.

Dengan bertambahnya jumlah pasangan berkeluarga di dunia, serta tingginya kebutuhan hidup yang modern dan serba praktis, yang disebabkan meningkatnya aktivitas dalam pekerjaan dan pendidikan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Waktu menjadi hal yang sangat penting untuk pasangan-pasangan di dunia, ditambah lagi dengan realita dimana baik pasangan pria maupun wanita, keduanya sama-sama bekerja. Oleh karena itu mencari produk-produk rumah tangga akan memakan waktu yang lama dikarenakan pasangan tersebut sudah pasti tidak mau mencari produk dengan merk sembarangan.

Mencari peralatan rumah tangga di toko ritel akan menjadi solusi bagi pasangan-pasangan yang tidak memiliki banyak waktu, namun yang menjadi masalah adalah apakah tempat dari toko itu strategis sehingga mudah untuk dijangkau, dan apakah brand-brand dari produk tersebut berkualitas serta memiliki banyak variant?

Best Buy Company hadir dengan semua hal yang dipertimbangkan untuk memenuhi kebutuhan pasangan-pasangan seperti di atas, Best Buy Company membuka banyak toko yang memiliki tempat-tempat yang sangat strategis di

hampir di seluruh negara, serta perusahaan ritel yang memiliki banyak produk dengan brand-brand dan variasi yang berbeda. Sehingga para pembeli tidak harus mencari produk-produk secara terpisah ditempat lain karena segala macam peralatan rumah tangga sudah tersedia di dalam satu gedung.

Namun tidaklah cukup bagi perusahaan hanya mengetahui pentingnya pentingnya penerapan strategi dalam mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan juga harus mengetahui faktor-faktor yang menentukan keberhasilan strategi, yaitu strategi hanya akan berhasil jika ada kesesuaian antara lingkungan internal dan eksternal. Salah satu faktor lingkungan eksternal yang tidak boleh dianggap remeh adalah pesaing, ada beberapa perusahaan yang menjadi pesaing dari Best Buy Company yakni Walmart, Amazon, Target Corp, Gateway Inc, dan Costco.corp

Sejauh ini Best Buy Company tetap bersaing di tengah persaingan dan maraknya kecurangan- kecurangan dalam persaingan dalam bisnis ini.

Melalui penelitian ini, penulis ingin mengetahui strategi bersaing apa saja yang telah dijalankan oleh Best Buy Company sehingga dapat terus bertahan dalam sengitnya persaingan. Dengan alasan tersebut peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan ini dengan tema “Analisis Strategi Bersaing Best Buy Company”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini banyak hal yang bisa diteliti Best Buy sebagai salah satu peritel elektronik terbesar di dunia, dimana pada dasarnya bisnis ini merupakan bisnis yang sangat ketat dalam persaingan, ditambah lagi persaingan

ini diikuti oleh nama-nama perusahaan yang sudah besar dan dikenal baik oleh masyarakat. Sudah jelas Best Buy harus terus mencari cara agar terus dapat bersaing dan mempertahankan konsumen.

Sudah jelas tidak mudah untuk Best Buy dapat bertahan hingga saat ini dimana penjualan secara online sekarang memiliki porsi yang cukup tinggi untuk industri ini.

Oleh karena itu penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Dimanakah posisi perusahaan ditengah persaingan industry retail elektronik?

Dengan mengetahui posisi perusahaan Best buy ditengah Persaingan Retail elektronik, dapat diketahui pula pesaing mana yang lebih unggul ataupun perusahaan mana yang berbahaya dalam segi profit bagi posisi Best buy saat ini.

2. Strategi apa yang dijalankan Best Buy Company selama ini?

Best Buy sejauh ini masih bertahan dalam persaingan antara perusahaan-perusahaan ritel besar lainnya, dimana perusahaan-perusahaan tersebut pastilah memiliki strategi mereka sendiri demi meningkatkan penjualan dan mempertahankan konsumen, dimana sekarang perusahaan-perusahaan yang bergerak di penjualan online pun sudah mulai merambahi bisnis ritel ini, contohnya adalah Amazon.Inc dimana konsumennya dapat berbelanja peralatan elektronik hanya dengan duduk di depan komputer.

3. Apakah Strategi yang dilakukan sudah efektif ?

Seperti yang dibahas diatas persaingan sangatlah ketat, selain memilih dan menjalankan strategi, perusahaan harus tetap melakukan evaluasi

untuk melihat apakah strategi yang digunakan perusahaan sudah tepat atau belum.

Pada beberapa Tahun kebelakang Best Buy mengalami penurunan dalam hal *Net Income* dan berbanding cukup jauh diantara pesaing-pesaingnya yakni *Walmart, Amazon.Inc, Target Corporation, Gateway corp,* dan *Costco Wholesale*. Dapat dilihat dari hal tersebut bahwa kemungkinan ada strategi yang kurang efektif yang dijalankan oleh Best Buy, dan strategi apa yang dijalankan oleh para pesaingnya?

4. Apa langkah kedepan yang harus diambil serta dilakukan mengingat banyaknya pesaing?

Melihat banyaknya pesaing, dapat dipastikan perusahaan sebesar Best Buy tidak akan tinggal diam begitu saja, namun sebelum perusahaan mengambil sebuah tindakan yang berupa strategi, pastilah ada banyak yang harus diperhitungkan oleh perusahaan.

Melalui penelitian ini, yang sebenarnya dicari sejauh apa perusahaan-perusahaan ritel elektronik menjalankan strategi demi meningkatkan penjualan dan mendapatkan konsumen.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Best Buy Company telah merambah bisnis ritel selama kurun waktu 35 tahun, dimana industri ritel elektronik ini selain melibatkan perusahaan-perusahaan ternama, tapi juga brand-brand elektronik berkualitas.

Selain hal diatas dapat dipastikan ada banyak strategi-strategi bersaing yang dijalankan oleh perusahaan untuk menunjang penjualan.

Atas dasar identifikasi masalah di atas, penulis merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan dalam industri retail, dimana dengan mengetahui posisi perusahaan dalam industry dapat terlihat perusahaan mana yang paling unggul dalam persaingan di industry ini.
2. strategi apa yang selama ini telah dijalankan oleh Best Buy Company sehingga dapat bersaing di tengah sengitnya persaingan di bisnis ritel elektronik.
3. Untuk mengetahui apakah strategi yang telah digunakan oleh perusahaan sudah efektif untuk bersaing dengan perusahaan pesaingnya.
4. Untuk mengetahui strategi apa yang sesuai dan optimal untuk perusahaan dimasa mendatang. Strategi sangatlah penting untuk melawan dan menghadapi segala ancaman mendatang perusahaan, oleh karena itu pemilihan strategi haruslah efektif dan optimal untuk menanggulangi resiko-resiko yang tidak diinginkan oleh perusahaan.

Sebagai subjek penelitian, Best Buy Company adalah subjek yang sangat sesuai untuk diteliti dalam bisnis ritel elektronik ini, dimana Best Buy sempat

mencapai masa kejayaan perusahaan di tahun 2009, namun mengalami penurunan yang cukup signifikan di tahun 2013.

Melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, peneliti diharapkan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dibuat untuk memenuhi penelitian skripsi dan juga berguna untuk penulis maupun pembaca dalam menambah pengetahuan terhadap persaingan di industri ritel elektronik serta penjualan melalui media online.

Penelitian ini juga dapat dipergunakan untuk referensi pihak-pihak lain yang akan meneliti hal yang sama.