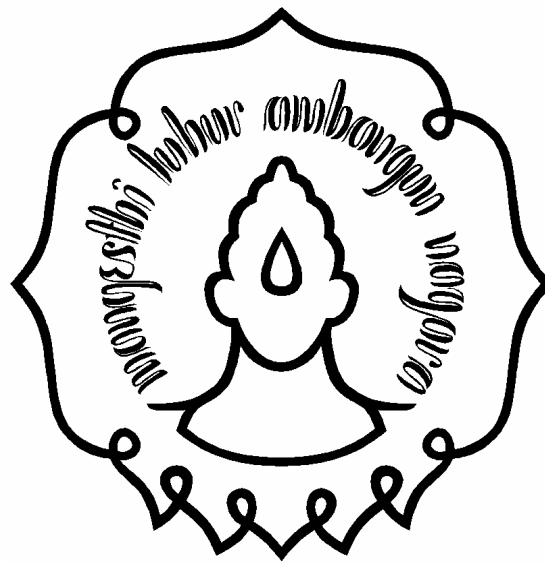


**MANAJEMEN STRATEGIK
ANALISIS KASUS
HEWLETT PACKARD**

Dosen Pengampu : Lilik Wahyudi, S. E., M. Si.



Kelompok F

- | | |
|----------------------------|-----------------|
| 1. Herman Arief R. | F0307054 |
| 2. Thaufiq Akbar K. | F0307088 |
| 3. Yandi Wibowo | F0307093 |
| 4. Anang Yugotian | F0307095 |

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA**

2009

ANALISIS KASUS HEWLETT PACKARD



PENDAHULUAN

PROFIL INDUSTRI

Industri Teknologi

Dewasa ini perkembangan dunia *Information Technology* (IT) berkembang sangat pesat dalam waktu yang singkat. Tentu saja karena dipengaruhi akan kebutuhan masyarakat dalam kemudahan beraktivitas di lingkungan kerja.

Indonesia merupakan salah satu pangsa pasar IT yang cukup potensial di Asia, khususnya di Asia Tenggara. Mulai dari perlengkapan *Personal Computer* (PC) hingga meluas ke *mobile*. Apalagi saat ini sedang maraknya laptop.

Perkembangan IT sendiri tidak terlepas dari ikut campu para pemain di industri tersebut yang setiap saat selalu mengeluarkan produk terbaru dengan inovasinya masing-masing. Di dalam industri ini, kekuatan inovasi dari sumber daya manusia sangatlah penting untuk menjawab semua kebutuhan masyarakat akan kemudahan.

Identifikasi Umum Hewlett Packard

HP didirikan pada tahun 1939 dan berpusat di Palo Alto, Calif. HP merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang IT terbesar dengan pendapatan bersih \$118.4 juta untuk tahun 2008.



Nama Hewlett Packard sendiri merupakan nama yang diambil dari nama belakang dua pendiri, yaitu Bill Hewlett dan Dave Packard, yang kemudian mereka menentukan nama perusahaannya dengan undian. Jika Bill Hewlett yang menang undian maka nama

kompaninya Hewlett Packard, begitu juga sebaliknya. Akan tetapi, ketika undian dimenangkan Dave Packard, ia memutuskan untuk menamakan kompani mereka Hewlett Packard.

HP terdiri dari tiga grup bisnis yang mengendalikan industri area pusat teknologi yaitu:

1. Grup Personal Sistem

Berupa bisnis dan konsumen PC, *mobile computing devices* dan jaringan

2. Grup Foto dan Printer

Inkjet, LaserJet, komersial printer, perlengkapan printer, *digital photography* dan

entertainment



3. Grup Solusi Teknologi

Produk bisnis terdiri dari *storage* dan *servers, EDS, managed services* dan *software*

Our vision and strategy

At HP, we believe diversity is a key driver of our success. Putting all our differences to work across the world is a continuous journey fueled by personal leadership from everyone in our company. Our aspiration is that the behaviors and actions that support diversity and inclusion will come from the conviction of every HP employee - making diversity and inclusion a conscious part of how we run our business throughout the world. Diversity and inclusion are woven into the fabric of our company.

Corporate objectives

"It is necessary that people work together in unison toward common objectives and avoid working at cross purposes at all levels if the ultimate in efficiency and achievement is to be obtained."

– Dave Packard



HP's Corporate Objectives have guided the company in the conduct of its business since 1957, when first written by co-founders Bill Hewlett and Dave Packard.

Customer loyalty

To provide products, services and solutions of the highest quality and deliver more value to our customers that earns their respect and loyalty.

Underlying beliefs supporting this objective:

- Our continued success is dependent on increasing the loyalty of our customers.
- Listening attentively to customers to truly understand their needs, then delivering solutions that translate into customer success is essential to earn customer loyalty.
- Competitive total cost of ownership, quality, inventiveness, and the way we do business drives customer loyalty.

Profit

To achieve sufficient profit to finance our company growth, create value for our shareholders and provide the resources we need to achieve our other corporate objectives.

Underlying beliefs supporting this objective:

- Profit is the responsibility of all.
- Balance of long-term and short-term objectives is key to profitability.
- Profit allows us to reinvest in new and emerging business opportunities.
- Profit is highly correlated to generating cash, which brings more flexibility to the business at a lower cost.
- Profit enables the achievement of our corporate objectives.

Market leadership

To grow by continually providing useful and significant products, services and solutions to markets we already serve—and to expand into new areas that build on our technologies, competencies and customer interests.

Underlying beliefs supporting this objective:

- There are more places we can contribute than we will be capable of contributing: We must focus.

- To be average in the marketplace is not good enough, we play to win.
- We must be No. 1 or No. 2 in our chosen fields.

Growth

To view change in the market as an opportunity to grow; to use our profits and our ability to develop and produce innovative products, services and solutions that satisfy emerging customer needs.

Underlying beliefs supporting this objective:

- Growth comes from taking smart risks, based on the state of the industry—that requires both a conviction in studying the trends, but also in inducing change in our industry.
- Our size (and diversity of businesses) gives us an ability to weather economic cycles and turn them to our favor.

Employee commitment

To help HP employees share in the company's success that they make possible; to provide people with employment opportunities based on performance; to create with them a safe, exciting and inclusive work environment that values their diversity and recognizes individual contributions; and to help them gain a sense of satisfaction and accomplishment from their work.

Underlying beliefs supporting this objective:

- HP's performance starts with motivated employees; their loyalty is key.
- We trust our employees to do the right thing and to make a difference.
- Everyone has something to contribute: It's not about title, level or tenure.
- An exciting, stimulating work environment is critical to invention.
- A diverse workforce gives us a competitive advantage.
- Employees are responsible for lifelong learning.

Leadership capability

To develop leaders at every level who are accountable for achieving business results and exemplifying our values.

Underlying beliefs supporting this objective:

- Leaders inspire, foster collaboration and turn vision and strategies into action—with focused, clear goals.
- Effective leaders coach, relay good news and bad, and give feedback that works.
- Leaders demonstrate self-awareness and a willingness to accept feedback and continuously develop.
- Leaders speak with one voice and act to eliminate busy work.
- It is important to measure people on the results they achieve against goals they helped to create.

Global citizenship

Good citizenship is good business. We live up to our responsibility to society by being an economic, intellectual and social asset to each country and community in which we do business.

Underlying beliefs supporting this objective:

- The highest standards of honesty and integrity are critical to developing customer and stakeholder loyalty.
- The betterment of our society is not a job to be left to a few; it is the responsibility to be shared by all.
- This objective is essential to delivering on the brand promise.

Mengembangkan Pernyataan Visi dan Misi bagi Organisasi

Perkembangan IT selalu ditandai dengan bermunculannya produk IT yang next-gen. HP sendiri lebih memfokuskan keanekaragaman produk. Berbeda dengan perusahaan lain yang bergerak di IT. Keanekaragaman produk itu sendiri, disebabkan adanya faktor tertentu.



Visi dari HP menunjukkan apa yang ingin dicapai olehnya dalam bisnis. Dari visinya terlihat HP menjadikan keanekaragaman sebagai kunci utama dari kesuksesan bisnisnya. HP menempatkan perbedaan sebagai dasar bekerja lintas dunia dimana setiap orang yang bekerja di dalamnya memiliki jiwa kepemimpinan.

Mengenai Perusahaan Lebih Jauh

Bisnis IT sangat banyak peminatnya. Tidak heran jika HP memiliki banyak saingan. Apalagi pada IT, HP tidak hanya memfokuskan printer, tetapi juga peralatan komputerisasi lainnya seperti yang dipaparkan pada tiga grup bisnis HP. Tentu ini membuat Canon, Dell, IDC, Lenovo, ACER, Toshiba, Apple, Microsoft dan masih banyak perusahaan besar lainnya. Packard menulis dalam *The HP Way*, supaya tetap menang bersaing, HP harus bisa terus memperkenalkan produk baru yang bernilai lebih tinggi, harus lebih unggul dari yang lain tapi harganya lebih murah. Dari pernyataan ini jelaslah tujuan HP yaitu untuk menemukan teknologi next-gen dan yang murah tetapi berkualitas tinggi.



Proses Manufaktur

Semua produk IT diluncurkan langsung dari pabrik pembuatannya. Peluncuran langsung ini maksudnya barang yang telah diproduksi akan di ekspor ke berbagai negara. Oleh karena itu, yang mengalami keuntungan tidak hanya perusahaan yang mengekspor saja, tetapi juga pemerintah negara tujuan ekspor dapat meraup pajak untuk agen distribusinya.

Sejauh ini belum ada keluhan mengenai proses produksi HP. Hal ini juga karena ada upaya agar tidak membuat limbah produksinya, tetapi dimanfaatkan kembali hasil olahan produksinya.



Analisi SWOT pada HP

Kekuatan

1. Diversifikasi lini produknya
Sesuai dengan visi pada HP yaitu keanekaragaman produknya
2. Brand image yang sudah dikenal masyarakat global
Sudah diketahui masyarakat global bahwa produk HP memiliki mutu yang baik dan harga yang kompetitif.
3. Memiliki Sumber Daya Manusia yang terlatih
Karyawan HP inovatif dan kreatif dengan adanya kegiatan yang mendukung dari HP itu sendiri
4. Memiliki kepedulian terhadap lingkungan
Hasil produksi selalu meninggalkan limbah, oleh karena itu HP tetap melakukan daur ulang terhadap limbah tersebut
5. Salah satu perusahaan IT terbesar
Dengan pendapatan fiskal tahun 2008 sebesar \$118,4 juta sehingga memiliki kemampuan finansial yang besar
6. Strategi pemasaran yang baik
Memiliki usaha operasi di 170 negara dunia



Kelemahan

1. Pemasok chip tunggal berasal dari Korea
Jika di Korea mengalami gangguan bencana alam, maka imbasnya berdampak pada keseluruhan IT secara global
2. Banyaknya divisi dalam perusahaan membuat kurang fokus dalam perkembangannya
Misal divisi printer dan server mengalami penurunan tahun 2008



Peluang

1. Kebutuhan teknologi yang terus meningkat di masyarakat

Menginginkan adanya berbagai macam teknologi yang mampu membantu dan mempermudah dalam mengatasi masalah kehidupan sehari-hari

2. Kemajuan teknologi yang tiada hentinya

Teknologi selalu bersifat progresif

3. Meningkatnya penggunaan e-commerce

Internet sudah menjadi bagian tidak terpisahkan dari informasi terupdate



Ancaman

1. Banyak pemain yang bermain di industri yang sama

Seperti Dell, Sony, Samsung, Gateway, dll.

2. Umur teknologi yang pendek

Dibutuhkan selalu inovasi terbaru dalam produk, jika tidak akan tersalip oleh pesaingnya.

3. Adanya krisis global

Ketika terjadi krisis ekonomi di Amerika, menyebabkan jumlah pendapatan yang menurun



	<p><u>Kekuatan</u> <u>(Strengths – S)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diversifikasi lini produknya 2. Brand image yang sudah dikenal masyarakat global 3. Memiliki Sumber Daya Manusia yang terlatih 4. Memiliki kepedulian terhadap lingkungan 5. Salah satu perusahaan IT terbesar 6. Strategi pemasaran yang baik 	<p><u>Kelemahan</u> <u>(Weakness – W)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasok chip tunggal berasal dari Korea 2. Banyaknya divisi dalam perusahaan membuat kurang fokus dalam perkembangannya
<p><u>Peluang</u> <u>(Opportunities – O)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan teknologi yang terus meningkat di masyarakat 2. Kemajuan teknologi yang tiada hentinya 3. Meningkatnya penggunaan e-commerce 	<p><u>Strategi SO</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengeluarkan inovasi terbaru lebih cepat dibanding pesaing 2. Meningkatkan kualitas produk yang ada, contoh penerapan <i>touchscreen</i> pada PC 3. Memaksimalkan penjualan produk melalui e-commerce 4. Membuat kerjasama dengan instansi pemerintah di bidang pendidikan khususnya di negara-negara 	<p><u>Strategi WO</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan strategi integrasi ke belakang 2. Menrampingkan jumlah divisi perusahaan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi
<p><u>Ancaman</u> <u>(Threats – T)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak pemain yang bermain di industri yang sama 2. Umur teknologi yang pendek. 3. Adanya krisis global 	<p><u>Strategi ST</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan integrasi horizontal 2. Selalu mengeluarkan produk dengan inovasi terbaru 3. Memperkuat keuangan perusahaan 	<p><u>Strategi WT</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memantau perkembangan pesaing yang kompetitif 2. Meningkatkan efektivitas kinerja di setiap divisi dalam mengeluarkan produk dengan inovasi terbaru 3. Meningkatkan efisiensi dengan menekan pengeluaran yang tidak perlu serta melakukan investasi berdasarkan proyeksi pasar masa depan

PENUTUP

KESIMPULAN

1. Industri teknologi sangat tinggi tingkat persaingannya dan umur dari teknologi yang pendek sehingga diperlukan adanya inovasi tiada henti dari tiap pemain yang terjun ke dalamnya.
2. Perusahaan HP melakukan srategi diversifikasi produk untuk menjaga stabilitas keuangan perusahaan dalam kondisi industri yang sangat tinggi tingkat persaingannya.

SARAN

Melakukan diversifikasi produk secara efektif dan efisien melihat keinginan pasar dan proyeksi pasar masa depan. Dengan melakukan hal tersebut perusahaan bisa tetap fokus dan tetap melebarkan sayapnya di segala lini produk.

SUMBER

David, Fred R. 2006. *Strategic Management: Concepts and Cases, 10th edition*. Jakarta: Salemba Empat

<http://www.hp.com/>

<http://en.wikipedia.org/wiki/hp/>

<http://finance.yahoo.com/>

<http://www.google.com/>