

Online Training : Mastering Core of Strategy - Sun Tzu The Art of War in Businesss

Sudah dua bulan kita menapak tahun 2012. Harapannya, di tahun ini omzet makin terus berkembang. Sayangnya kita tidak sendirian di pasar. Ada banyak pesaing yang sudah siap melahap market share kita. Strategi apa yang dapat digunakan untuk mempertahankan dan memperbesar daerah kekuasaan?

Trainer: Daniel Saputro, MM., MBA.

WAKTU PELAKSANAAN

29 Oktober 2027

09:00 - 15:00 WIB

TEMPAT PELATIHAN

By Zoom

Harga

Group Price: Rp 2.150.000
Full Fare: Rp 2.750.000

**) Harga di atas tidak dikenakan PPN 11%, sudah termasuk E-Certificate dan Modul.*

Sebenarnya ada banyak strategi yang bisa diambil. Kita mulai dulu dengan yang paling terkenal. Coba tengok nasehat Sun Tzu yang diagungkan sebagai “mbah”nya strategi. “Kenali dirimu sendiri, dan kenali pula musuhmu. Niscaya dalam 100 pertempuran akan ada 100 kali kemenangan.” Ini kata-katanya yang paling terkenal. Walau ditulis sekitar 100 tahun setelah kelahiran dua filsuf terkenal, Lao Tze dan Kong Hu Chu, ide-ide nya masih dipercaya sebagai referensi terbaik diantara konsep strategi lainnya. Nasehat dan ide-ide SunTzu juga paling ”tahan banting”. Penulis sendiri juga paling mengamini konsep ini. Mengapa? Karena sudah teruji selama 2.300 tahun.

Apa buktinya? Kita mulai dengan perang Vietnam. Dipercaya keberhasilan Vietnam yang kecil mengalahkan Amerika yang besar dalam perang Vietnam, diinspirasi oleh pemikiran Sun Tzu. Salah satu penerapan strategi Sun Tzu ini dapat dilihat di Cu Chi Tunnel yang panjangnya 120 km. Jangan kaget, terowongan ini mendekati jarak Jakarta – Bandung!

Mampir sebentar ke Vietnam jika para pebisnis senang jalan-jalan, dan habiskan waktu 2-3 jam di Cu Chi Tunnel. Terpapar banyak penerapan strategi Sun Tzu. Misalnya, Vietnam dengan sengaja membuat ukuran lobang masuk dan keluar terowongan yang begitu kecil. Hanya cukup dimasuki tentaranya saja. Sedangkan bagi tentara Amerika, terowongan ini adalah neraka. Mengapa? Karena dengan badannya yang besar, mereka susah sekali masuk kedalam. Bahkan bisa terjepit.

Ada juga jebakan-jebakan maut yang tidak langsung membunuh korban, tetapi akan menimbulkan ketakutan luar biasa bagi rekannya. Diharapkan “word of mouth” dari peristiwa ini diteruskan media ke publik Amerika, yang saat itu “senang hepi-hepi” dengan musik Rock n roll dan Pop corn-nya. Jadi diharapkan dapat menurunkan dukungan rakyat terhadap keterlibatan militer di negara yang “nun jauh disana”. Terlihat bahwa Vietnam mengenal betul “dirinya” dan memahami betul “musuhnya”.

Nah, strategi Sun Tzu juga banyak dipakai oleh para pemikir bisnis. Kata-kata “kenali dirimu dan kenali musuhmu” diterjemahkan menjadi Strengths (kenali kekuatan), Weaknesses (kenali kelemahan), Opportunities (tanggap peluang) dan Threats (hindari ancaman) oleh Albert Humphrey dari Stanford University di tahun 70an. Istilah keren dan lengkapnya adalah SWOT (atau sering juga disebut sebagai TOWS, namanya jadi berbeda karena sudut pandangnya tidak sama). Walau konsep ini sudah berumur 40 tahun, namun disetiap Business Plan, Road Map atau Blue Print perusahaan sukses, pasti 100% akan ditemukan istilah ini.

Grup besar seperti AT dan TP juga menggunakan konsep Sun Tzu dan turunannya yakni SWOT. Di setiap pelatihan strategis, konsep ini selalu diperkenalkan. Misalnya dalam program pelatihan grup TP yang dikenal sebagai MDP – pada hari ke dua – selalu dibahas hubungan SWOT dengan pemilihan strategy. Secara regular MDP dengan materi SWOT ini digelar sepanjang tahun. Kelihatannya para pemikir strategis di grup ini percaya bahwa tidak hanya direktur puncak yang harus tahu, tetapi manager operasional pun harus punya wawasan strategis.

Walau umur grup ini masih tergolong muda – penulis sebagai facilitator MDP di grup TP-percaya bahwa mereka cepat atau lambat akan menjadi “The next AT”. Memang dengan omzetnya yang mengejar 40 T, kelihatanya masih jauh dari omzet grup AT yang mendekati 500 T. Namun penulis melihat ada sesuatu yang berbeda di grup TP ini. Ada ‘fighting spirit” yang tak terlihat tetapi dapat dirasakan , yang menginspirasi setiap individu di grup ini …

Konsep Sun Tzu dan SWOT ini juga dapat dipakai oleh perusahaan menengah dan kecil. Ambil contoh perusahaan CP. Sebagai pemimpin pasar software accounting saat ini, CP sadar betul pentingnya memahami diri serta mengenali pasar. Pada saat perusahaan ini masuk pasar, tantangannya banyak. Selain sudah didominasi oleh pemain mapan seperti MI dan AP, end user juga belum siap. Karena mengganggap pengelolaan accouting itu mudah, cukup pakai “sempoa” dan buku kumal. Pencatatan transaksi tidaklah dibutuhkan karena masih bisa diingat. Para pelanggan juga di-cap masih jujur , tidak akan ngemplang. Disamping itu operator software ini juga belum banyak. Mereka pikir, kalau sudah dibeli, siapa yang akan mengoperasikannya?

Daripada menunggu peluang, dengan cerdik para pemikir strategis di CP bersikap proaktif. Dari analisa SWOT, mereka menciptakan strategi khusus. Daripada menunggu pasar siap, mengapa tidak menciptakan pasar? Karena punya Strength di bidang programming dan

adanya Weakness yakni tidak punya pengalaman dan passion di bidang pelatihan, maka CP bekerja sama dengan berbagai universitas bergengsi di Indonesia seperti UI dan LPPM. Saat ini saja ada 43 universitas yang berafiliasi dengan mereka. Terbukti sedikit demi sedikit pasar terbentuk. Lulusan dari Universitas ini menjadi operator CP yang handal, sehingga para pemilik bisnis tidak ragu-ragu lagi membeli produk mereka, karena sudah ada sumber dayanya.

Perusahaaan ini juga berusaha memahami konsumennya dengan cara memudahkan pengoperasiannya. Jadi tidak perlu takut mengoperasikan software, yang dimata banyak orang dipersepsikan sebagai: sulit dipelajari. Hasilnya: sudah 54.000 lebih perusahaan yang menggunakan produk ini. Saat melakukan pelatihan Business Plan untuk Spa di Mustika Ratu baru-baru ini, para peserta juga mengakui bahwa software ini user friendly. Terlihat bahwa dengan konsep yang sederhana yakni: kenali dirimu kenali pasarmu – perusahaan ini mampu menjadi nomor satu di pasar.

Turunan konsep SunTzu di bisnis masih banyak. Konsep strategi populer seperti Core Competency, Blue Ocean sampai Balanced Scorecard, diyakini penulis terinspirasi oleh Sun Tzu, sadar ataupun tidak sadar. Bagaimana pendapat anda?

Lessons Learned

Coba periksa kembali Strategic Planning anda! Jika belum, tambahkan konsep Sun Tzu atau setidaknya SWOT. Tanpa SWOT, anda ibaratnya mengemudi kendaraan dengan mata tertutup dan tanpa kaca spion! Jadi sang pengemudi tidak tahu kondisi didalam mobil – dan kalaupun bisa mengintip – bakal kebingungan karena tidak tahu keadaan di luar mobil. Kapan bisa sampai ke tujuan (Vision)? Bagi yang sudah menggunakan, pertajam konsep ini dalam menambahkan Competitive Benchmark Table, dan lihatlah betapa mudahnya kelak menentukan Strategic Theme.

Instruktur Pelatihan

Daniel Saputro, MM., MBA.

Daniel Saputro dan tim BusinessBuddy Int memiliki pengalaman 25 tahun dalam perbaikan kinerja perusahaan. Kami aktif memberikan pembekalan maupun konsultasi terutama di bidang transformasi dan manajemen perubahan di 4 area yakni: Business Model (termasuk Balanced Scorecard dan Strategy Map) – People Development – Process – Culture Internalization, yang mengarah ke Auto Pilot System.

Nuqul Group (Yordania) dan Banpu (Thailand) adalah contoh perusahaan internasional yang telah menggunakan jasa konsultasinya. Di dalam negeri, Daniel menjadi konsultan bagi banyak perusahaan maupun institusi pemerintah. Di antaranya Jamsostek, Bea Cukai, Sekretariat DPR, Jasa Sarana BUMD Jabara, BioFarma Bandung, Kementerian Keuangan PUSINTEK, Pertamina, LPP BUMN di Jogja dan BTN.

Perusahaan swasta nasional sering menunjuk Daniel sebagai konsultan. Sebut saja Indocement, Triputra, Bosowa (Makasar), Tunas Ridean Group, MusimMas (Medan), Capella (Medan), CPSSoft, ILP, Darya Varia, KPUC (Samarinda), Medifarma, Prafa. Indospring (Surabaya) dan Acer (Jakarta) , Infomedia dan Sentul City. Beliau juga aktif memberikan pelatihan di Chevron, Astra, Commonwealth Bank, TOTAL EP, Holcim dan banyak lainnya

Di sisi lain, Daniel Saputro juga memiliki minat yang besar terhadap dunia pendidikan. Karena itu, kini, dia aktif menjadi fasilitator MiniMBA serta pengajar mata kuliah bisnis dan pemasaran di program S2. Daniel juga menggunakan tulisan sebagai sarana untuk membagikan ilmunya. Ia menjadi kontributor untuk Tabloid KONTAN, Swa, dan Jakarta Post.

Untuk Family Business, kami membantu suksesi dan transformasi menuju perusahaan yang lebih professional. Dengan cara membentuk Leadership yang profesional dan menggunakan KPI berbasis balanced Scorecard.

CONTACT US

Operational Office

ILP CENTER 2nd Floor R19, Jl. Raya Pasar Minggu 39A, Jakarta Selatan

Phone

+62 813-8834-2078

Email

regtraining@valueconsulttraining.com

Website

www.valueconsulttraining.com