Tugas Bab 6 (Menciptakan dan Mempertahankan Keunggulan Kompetitif

Keuntungan dari Waktu ke Waktu)

Nama Dosen : Assoc. Prof. Dr. Sandy Kosasi, SE., MM., M.Kom.,

COBIT5F., CBIA., CAIA., CITSML., CDSEA., CITAP., CEAA

Mata Kuliah : Strategi Perancangan E-Business

Kelas : 3 A3

Nama Anggota Kelompok 7 : Azhar (221103819)

Erwanto Pardede (221103797)

Kori (221103793)

Darul Ikhwan (221103824)

Faril Fahreza (221103830)

Tugas

1. Bagaimana sebuah perusahaan dapat mengatakan bahwa ia memiliki keunggulan kompetitif dalam bisnis?
2. Apa proses penciptaan keunggulan kompetitif?
3. Peran apa yang dimainkan oleh e-bisnis dalam proses penciptaan keunggulan kompetitif?
4. Apa persyaratan untuk berhasil meniru dan hambatan-hambatan untuk meniru?
5. Strategi apa yang dapat digunakan oleh sebuah perusahaan untuk menjaga keunggulan kompetitifnya?
6. Pertanyaan apa yang perlu diajukan oleh perusahaan untuk menilai ancaman inovasi yang mengganggu?
7. Tanggapan apa yang mungkin dipertimbangkan oleh perusahaan untuk mengatasi inovasi yang mengganggu dengan efektif?
8. Apa kerangka kognitif utama yang dapat diadopsi oleh perusahaan ketika menghadapi inovasi yang mengganggu? Mengapa kerangka kognitif ini bersifat kontradiktif?
9. Apakah Anda setia pada beberapa merek atau produk? Diskusikan dengan teman sekelas Anda faktor-faktor yang menyebabkan keunggulan kompetitif merek atau produk ini.
10. Dapatkah Anda menemukan contoh bagaimana perusahaan membangun hambatan terhadap peniruan? Pilih contoh spesifik dari berbagai industri dan jelaskan apa yang dilakukan perusahaan-perusahaan ini. Apakah mereka berhasil dalam upaya mereka?
11. Pertimbangkan berbagai industri pilihan Anda (misalnya, musik, penjualan buku, atau yang lain) dan analisis apakah mereka dihadapkan dengan ancaman inovasi yang mengganggu. Jika ya, bahas bagaimana pesaing baru mencoba bersaing. Juga, bahas reaksi dari perusahaan incumbent.
12. Mengapa Intel mengembangkan chip Celeron? Mengapa perusahaan-perusahaan penerbangan berbiaya rendah (misalnya, Ryanair) berhasil melawan perusahaan incumbent (misalnya, British Airways)? Atau mengapa perbankan daring (seperti ING Direct) mendapatkan pangsa pasar yang besar dibandingkan dengan layanan bank tradisional penuh? Bisakah Anda menjelaskan keputusan ini dengan menggunakan logika inovasi yang mengganggu?