

ABSTRAK

Ketidakseimbangan *supply & demand* dari Jati (*Tectona grandis*) menjadi peluang bisnis yang berpotensi sangat menguntungkan. Harga kayu Jati saat ini sangat mahal dan menjanjikan keuntungan yang sangat besar. PT. Harfam Jaya Makmur menangkap peluang tersebut dengan mengembangkan teknologi Jati cepat tumbuh dan penanaman Jati. Perusahaan ini menghadapi persaingan yang ketat, terutama di industri usaha perkebunan Jati, dan untuk memenangkan persaingan perusahaan melakukan strategi diferensiasi dengan harga premium lebih mahal, paket pohon lebih sedikit dan panen lebih cepat dibandingkan dengan para pesaingnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kesesuaian strategi bisnis yang diterapkan oleh perusahaan melalui *diamond strategy framework* dan mengevaluasi efektivitas strategi diferensiasi yang dilakukan. Penelitian ini bersifat deskriptif dan eksploratoris dan berfokus pada lima unsur strategi, yaitu, *arenas, vehicles, differentiators, staging, dan economic logic* serta mengevaluasi strategi yang dilakukan dengan enam parameter yaitu tingkat kesesuaian, eksploitasi sumber daya kunci, keberlanjutan, konsistensi elemen-elemen strategi, sumber daya dalam menerapkan strategi, dan implementasi strategi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari perspektif *arena, vehicles, differentiators, staging dan economic logic*, PT. Harfam Jaya Makmur berada pada industri yang sangat unik dan menargetkan "*niche market*" dan menerapkan strategi diferensiasi. Berdasarkan evaluasi menggunakan enam parameter evaluasi, dapat dikatakan bahwa strategi diferensiasi yang diupayakan oleh perusahaan menghasilkan realisasi tujuan yang diharapkan dan berjalan dengan efektif. Strategi bisnis diferensiasi menggunakan harga premium dibandingkan dengan pesaingnya, benar-benar "wajar" berkaitan dengan nilai tambah dan fitur yang disediakan untuk Mitra. Harga premium secara langsung proporsional berkaitan dengan kualitas, *brand image*, kredibilitas, profesionalisme, dan kepuasan pelanggan. Sebagai bagian dari upaya penciptaan diferensiasi nilai tambah, perusahaan telah berhasil mengembangkan bibit jati cepat tumbuh yaitu "Jati Harfam" yang dapat dipanen lebih cepat tidak lebih dari 8 tahun.

Kata Kunci : strategi bisnis diferensiasi, *diamond strategy framework, added value & features*

ABSTRACT

The imbalance of supply and demand of Teak (*Tectona grandis*) leads to business opportunities that are potentially very profitable. Price of teakwood is currently very expensive and promises very huge profits. PT. Harfam Jaya Makmur grabbed the opportunities by developing technology of fast growing Teak as well as Teak plantations. The company is facing intense competition, especially in Teak plantation estate industry, and in order to win the competition it pursues differentiation strategy with more premium price, fewer tress package and faster harvest compared to its competitors.

This study aims to identify the degree of suitability of the business strategy implemented by the company through the diamond strategy framework and evaluate the effectiveness of its pursued differentiation strategy. This study that is descriptive and exploratory focuses on five elements of a strategy, namely, arenas, vehicles, differentiators, staging, and economic logic, and evaluates the strategy pursued with six parameters *i.e.* level of suitability, key resource exploitation, sustainability, consistency elements of strategy, resources in implementing the strategy, and implementation of the strategy.

Results indicate that from the perspective of arenas, vehicles, differentiators, staging and economic logic, PT. Harfam Jaya Makmur is in very unique industry and is targeting a "niche market" and implements differentiation strategy. Based on the evaluation using the six parameters of evaluation, it can be said that the company's pursued differentiation strategy leads to realization of the expected goals and works effectively. The business strategy of differentiation that commands premium price compared to its competitors, is really "reasonable" with regards to the added value and features provided to the partners. The premium price is directly proportionally related to quality, brand image, credibility, professionalism, and customer satisfaction. As part of the differentiation effort and creation of added value, the company has successfully developed a fast growing teak seedlings *i.e.* "Harfam Teak" that can be harvested sooner not more than 8 years.

Keywords : *business strategy differentiation, Teak fast-growing technology, diamond strategy framework, added value & features.*