



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Menurut Kotler dan Keller (2012:79) tren merupakan arah atau urutan kejadian yang mempunyai momentum dan durabilitas. Tren juga mengungkap bentuk masa depan dan dapat memberikan arah yang strategis. Pengertian yang dapat diambil dari Wikipedia (Agustus 2016) analisis tren adalah suatu metode analisis statistika yang ditunjukkan untuk melakukan suatu estimasi atau peramalan pada masa yang akan datang. Tren sendiri dipengaruhi oleh industry di daerah tertentu. Pengamatan pertumbuhan industry dilakukan untuk mengetahui tren yang berkembang di daerah tersebut.

Industry merupakan kumpulan perusahaan yang memproduksi barang sama atau hampir sama. Sebelum pebisnis menjalankan usahanya, tentu pebisnis harus menganalisis lingkungan industry yang berkaitan terhadap bisnis yang akan didirikan. Hal ini dilakukan pebisnis agar dapat mengetahui keadaan dan gambaran mengenai kondisi industry yang sedang terjadi saat ini serta pertumbuhan dalam industry yang dapat menciptakan peluang bagi bisnis.

Perumbuhan industry jasa pelayanan tentu dipengaruhi oleh permintaan konsumen yang terus meningkat setiap waktu. Dengan tingginya tingkat pertumbuhan penduduk, tingkat kebutuhan masyarakat sebagai factor utama untuk bertahan hidup turut meningkatkan pertumbuhan industry jasa. Pertumbuhan penduduk Indonesia yang menjadi factor pertumbuhannya industry jasa dapat dilihat pada **Tabel 3.1**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.1
Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Wilayah DKI Jakarta
Tahun 2013-2014

Kab/Kota	Penduduk		Laju Pertumbuhan Penduduk	
	2013	2014	2012-2013	2013-2014
Jakarta Selatan	2.141.941	2.164.070	1,08	1,02
Jakarta Timur	2.791.072	2.817.994	1,01	0,96
Jakarta Pusat	906.601	910.381	0,41	0,41
Jakarta Barat	2.396.585	2.430.410	1,44	1,40
Jakarta Utara	1.711.036	1.729.444	1,10	1,07
Jumlah	9.969.948	10.075.310	1,09	1,05

Sumber: Tabel 1.1

Proyeksi ramalan pertumbuhan penduduk berdasarkan data sensus penduduk menjelaskan bahwa terdapat kenaikan jumlah penduduk setiap tahunnya. Hal ini menjadi peluang yang sangat besar untuk pertumbuhan industri jasa di Indonesia. Seperti yang diketahui sebelumnya, pertumbuhan penduduk yang meningkat setiap tahunnya dapat mempengaruhi meningkatnya permintaan masyarakat akan jasa pelayanan. Bagi masyarakat yang sudah berumah tangga, khususnya wanita atau ibu rumah tangga yang bekerja dan sangat mementingkan kebersihan dan kesehatan rumahnya, jasa sedot debu dan tawau ini bisa membantu. Tuntutan mencukupi keluarga dengan kehidupan layak dengan hanya mengandalkan peran tunggal ayah sebagai pencari nafkah tidak mencukupi, sehingga peran tradisional ibu segala pengendali rumah tangga tergeser untuk turut serta mendampingi ayah bekerja di luar rumah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

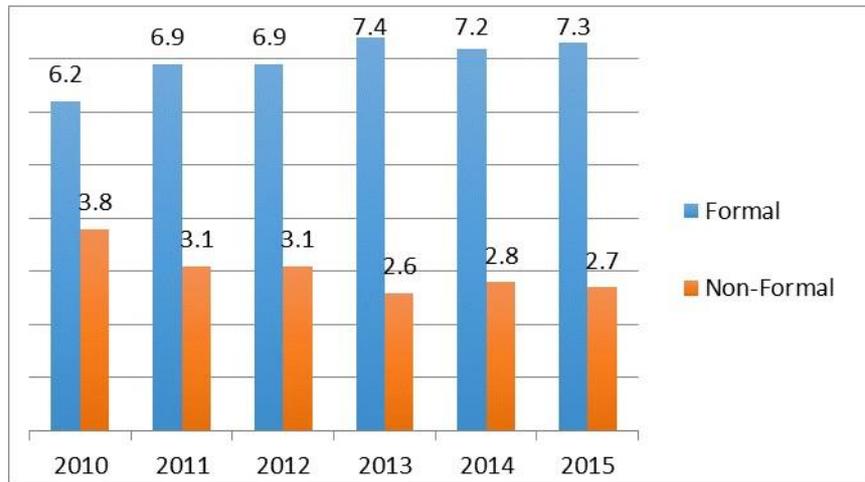
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Disamping itu, seiring dengan terjadinya pergeseran nilai di masyarakat, termasuk yang diakibatkan meningkatnya pendidikan kaum wanita, ketertarikan kaum ibu untuk melakukan aktivitasnya di luar rumah juga berkembang.

Dikota besar seperti Jakarta, jasa sedot debu dan tungau ini menjadi salah satu alternatif dimana segmen pasar usaha adalah ibu rumah tangga yang bekerja dan tidak ada peran asisten rumah tangga untuk membantu membersihkan rumah. Pada **Gambar 3.1** menunjukkan proyeksi jumlah penduduk dan laju pertumbuhan penduduk menurut kabupaten atau kota administrasi tahun 2013 hingga 2014. DKI Jakarta adalah provinsi dengan penduduk terpadat di Indonesia dimana kepadatannya mencapai lebih dari lima ribu jiwa per km² dengan penduduk sebanyak sepuluh juta jiwa. Penduduk Jakarta Timur adalah yang paling banyak diantara lima wilayah lainnya. Bila dilihat menurut pertumbuhannya, Jakarta Barat adalah wilayah dengan tingkat ekspansi penduduk yang paling cepat. Pertumbuhan hunian di Jakarta Barat menjadi salah satu pemicu pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi. Terlihat jumlah pertumbuhan penduduk dari tahun 2012 hingga 2013 meningkat 1,09% dan dari tahun 2013 hingga tahun 2014 meningkat 1,05%.

Untuk dapat melihat lebih jelas mengenai peningkatan penduduk yang signifikan, terdapat grafik yang menunjukkan penduduk DKI Jakarta yang bekerja pada sector formal dan informal pada **Gambar 3.1**



Gambar 3.1
Penduduk DKI Jakarta yang Bekerja pada Sektor Formal dan Informal Tahun 2010-2014 (Presentase)

Sumber: Gambar 1.1

Sejak tahun 2010 hingga tahun 2015, presentase penduduk yang bekerja di sektor formal terus menunjukkan peningkatan yang signifikan. Dari 62,09% di tahun 2010 naik menjadi 69,11% di tahun 2011 dan di tahun 2015 naik lagi menjadi 72,70%. Sebaliknya penduduk yang bekerja di sektor informal turun menjadi 37,91% di tahun 2010 menjadi 30,89% di tahun 2011, kemudian turun lagi menjadi 27,30% di tahun 2015. Kesempatan kerja di sektor formal dinilai lebih tinggi dibanding sektor informal karena banyaknya kegiatan usaha yang berlangsung secara formal kelembagaan seperti pada kantor-kantor dan badan usaha. Meningkatnya jumlah pekerja di sektor formal dapat mengindikasikan terjadinya peningkatan status maupun kesejahteraan pekerja. Pada tahun 2015, TPAK (Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja) di Jakarta sebesar 72,60%, meningkat sebesar 4,11% dari tahun sebelumnya. Angka ini menunjukkan meningkatnya jumlah penduduk usia kerja yang benar-benar aktif secara ekonomi untuk bekerja.

Untuk dapat dianalisis lebih lanjut bagaimana perilaku konsumsi masyarakat terhadap jasa sedot debu dan tungau, disajikan data yang dapat menggambarkan hal



tersebut melalui **Tabel 3.2**. Pada **Tabel 3.2** akan dijabarkan data mengenai penduduk angkatan kerja di Jakarta menurut jumlah jam kerja dalam seminggu.

Tabel 3.2
Penduduk Angkatan Kerja Menurut Jumlah Jam kerja Seminggu Di DKI Jakarta Tahun 2014-2015

Jumlah Jam Kerja Seminggu	Agustus 2014			Agustus 2015		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1-7	8.845	17.896	26.741	15.301	13.046	28.347
(%)	0,30	1,06	0,58	0,52	0,72	0,60
8-14	27.740	44.136	71.876	37.617	53.096	90.713
(%)	0,94	2,60	1,55	1,29	2,95	1,92
15-24	62.175	103.459	165.634	66.492	99.535	166,027
(%)	2,12	6,11	3,57	2,27	5,53	3,52
25-34	108.873	92.466	201.339	95.266	122.123	217.389
(%)	3,70	5,46	4,35	3,26	6,79	4,60
35-44	2.732.963	1.435.816	4.168.779	2.709.977	1.511.576	4.221.553
(%)	92,94	84,77	89,95	92,66	84,01	89,36
Jumlah	2.940.596	1.639.773	4.634.369	2.924.653	1.799.376	4.724.029
(%)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: Berita Resmi Statistik Provinsi DKI Jakarta, www.jakarta.bps.go.id/

Secara umum, komposisi jumlah orang yang bekerja menurut jumlah jam kerja per minggu pada keadaan Agustus 2014 dan Agustus 2015 dapat dilihat pada Tabel 3.2. Pada



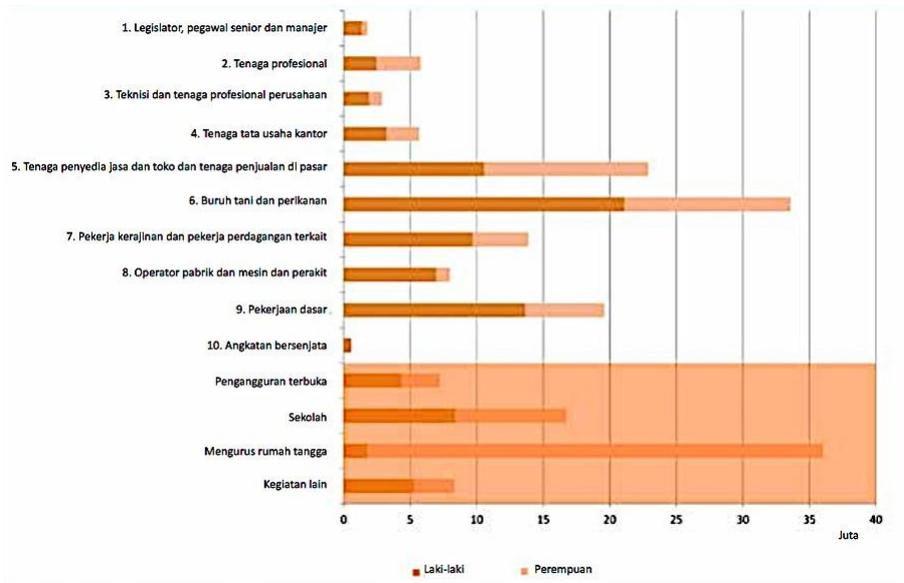
Agustus 2014 dan Agustus 2015, penduduk bekerja dengan jumlah jam kerja kurang dari 8 jam per minggu persentasenya relative kecil yaitu hanya 0,58% (Agustus 2014) dan 0,60% (Agustus 2015) dari total penduduk yang bekerja, atau sebanyak 26,74 ribu orang (Agustus 2014) dan 28,34 ribu orang (Agustus 2015). Sementara itu penduduk yang bekerja sebagai pekerja paruh waktu (full time worker), yaitu penduduk bekerja dengan jumlah jam kerja 35 jam atau lebih per minggu mencapai 4,16 juta orang (89,95 persen) pada Agustus 2014 dan 4,22 juta orang (89,36 persen) pada Agustus 2015.

Sehingga terlihat dalam setahun terakhir (Agustus 2014-Agustus 2015) terjadi peningkatan jumlah pekerja dengan jumlah jam kerja normal (35 jam atau lebih seminggu) sebesar 52, 74 ribu orang tetapi terdapat penurunan presentase pekerja dengan jumlah jam kerja normal sebesar 0,59 poin. Jika dilihat menurut jenis kelamin pada Agustus 2015, terlihat pekerja perempuan yang bekerja di bawah jam kerja normal (1-34 jam selama seminggu) lebih tinggi dibandingkan pekerja laki-laki. Pekerja perempuan yang bekerja dibawah jam kerja normal sebesar 287,8 ribu (15,99%) sedangkan pekerja laki-laki sebesar 214,68 ribu (7,34%)

Pada **Gambar 3.2** akan dijelaskan segregasi gender dalam Partisipasi Angkatan Kerja di Indonesia. Pada gambar tersebut akan terlihat gambaran tentang segregasi pekerjaan atau pemisahan kelompok ras atau etnis secara paksa atas pekerjaan. Gambar tersebut juga akan menunjukkan serta menganalisa tentang pekerja yang hanya mempertimbangkan sebagian kecil perempuan usia kerja saja.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 3.2
Segregasi Gender dalam Partisipasi Angkatan Kerja di Indonesia Agustus 2014
Sumber: BPS (2014) Keadaan Angkatan Kerja di Indonesia Agustus 2014, Jakarta

Berdasarkan **Gambar 3.2** dapat ditarik kesimpulan bahwa di Indonesia, tingkat partisipasi perempuan dalam angkatan kerja adalah sangat rendah, yaitu berkisar antara 50 hingga 55 persen selama lima tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa ada banyak perempuan yang berada di luar dunia kerja. Banyaknya perempuan yang tidak berpartisipasi dalam angkatan kerja diakibatkan tanggung jawab keluarga, dimana ada banyak perempuan yang menyatakan bahwa mereka sepenuhnya terlibat dalam kegiatan rumah tangga. Situasi ini menegaskan adanya perbedaan gender dalam hal pembagian tanggung jawab keluarga dan peningkatan partisipasi perempuan dalam angkatan kerja kemungkinan besar dapat merubah sifat ketidaksetaraan gender di Indonesia. Analisa tentang tren dari waktu ke waktu menunjukkan adanya tren dilemma terkait alasan perempuan untuk berada di luar angkatan kerja karena “kewajiban keluarga” atau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

memasuki angkatan kerja sebagai “pekerja keluarga tanpa upah” di sektor pertanian atau perdagangan sepanjang tahun.

Tren ini menunjukkan bahwa perempuan sangat rentan dan secara komparatif memiliki posisi lemah di pasar tenaga kerja, karena pembagian tugas berdasarkan gender di dalam rumah tangga serta kesulitan beralih dari pekerjaan di rumah ke pekerjaan di luar rumah.

Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* cenderung menargetkan pasarnya kepada Ibu rumah tangga yang bekerja.

B. Analisis Pesaing

Menurut David (2011: 138), mengenai analisis pesaing bahwa mengumpulkan dan mengevaluasi informasi tentang pesaing penting bagi perumusan strategi yang berhasil.

Mengidentifikasi pesaing utama tidak selalu mudah karna banyak perusahaan memiliki divisi-divisi yang bersaing di industri yang berbeda.

Melalui analisis pesaing, perusahaan dapat mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan pesaing, alasan pelanggan menggunakan produk yang dihasilkan oleh pesaing, dapat melakukan komunikasi terhadap factor-faktor keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) secara efektif kepada pelanggan potensial. Selain itu dapat berfikir kreatif dan inovatif untuk melakukan perubahan guna meningkatkan nilai produk yang dihasilkan perusahaan dan dapat mengetahui kategori keinginan pelanggan yang tidak terpenuhi dengan menggunakan strategi maket niche yaitu melakukan pengamatan terhadap apa yang diinginkan konsumen dan apa saja yang telah dilakukan oleh para pesaing, sehingga dapat mengetahui lebih detail mengenai kondisi pasar. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam analisis pesaing adalah mengenai identifikasi





apa saja yang terlibat dalam bisnis tersebut, karena berdasarkan hasil identifikasi tersebut dapat diketahui pesaing utama perusahaan.

Selain itu harus diperhatikan selanjutnya adalah analisis atribut-atribut yang dimiliki pesaing lama. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan melakukan analisis *Strength, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT) atas bisnis yang sedang dilakukan dibandingkan dengan pesaing utama. Analisis pesaing merupakan salah satu alat yang sangat penting untuk memulai kreatif memikirkan kembali strategi-strategi yang dimiliki perusahaan.

Oleh sebab itu, seorang wirausaha harus mengenal dengan baik persaingan seperti apa yang akan dihadapinya, selain itu seorang pengusaha juga harus dapat membuat keputusan yang tepat dengan cara mengoptimalkan sumber daya manusia, membentuk *teamwork* yang baik, menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan membuat strategi untuk memenangkan persaingan. Pengusaha harus selalu siap waspada siapa pesaingnya, apa saja kekuatan dan kelemahannya, strategi apa yang mereka gunakan, serta menetapkan dan merancang strategi terbaik dan paling efektif bagi perusahaan, sehingga perencanaan pemasaran yang diterapkan dapat berfungsi dengan baik dan maksimal.

Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* melakukan analisis pesaing dengan melakukan penilaian terhadap perusahaan sejenis yang sudah ada, mencari informasi para sebanyak-banyaknya tentang tingkat kepuasan konsumen yang diharapkan dari perusahaan sejenis lainnya.

Untuk menapatkan informasi para pesaing, dapat diperoleh dengan cara sebagai berikut:

1. Melakukan kontak personal ke perusahaan pesaing dengan mengamati metode dan kinerja karyawan



2. Memberikan pertanyaan atau kuesioner kepada konsumen yang telah menggunakan jasa sedot debu dan tungau ini pada perusahaan pesaing untuk mengetahui kesan mereka. Hal ini dilakukan untuk mengetahui dan mempelajari pendapat konsumen mengenai perbandingan kualitas pelayanan dan harga antara perusahaan yang akan didirikan nantinya dengan perusahaan pesaing

3. Mencari informasi melalui internet mengenai perusahaan pesaing agar dapat mengetahui jenis-jenis pelayanan apa yang ditawarkan, dan promosi apa yang dilakukan oleh pesaing

Penulis mengharapkan dengan adanya analisis pesaing ini dapat melihat keunggulan bisnisnya sendiri maupun kelebihan serta kekurangan pesaing, sehingga entrepreneur dapat memperbaiki kekurangannya dan meningkatkan kelebihannya untuk dapat menjadi lebih baik di masa yang akan datang. Tingkat persaingan untuk perusahaan jasa sedot debu dan tungau yang mempunyai kualitas bagus belum terlalu tinggi di daerah Jakarta dan sekitarnya, sehingga peluang ini sangat besar bagi *Wet and Dry* untuk mendukung pencapaian usaha yang baik di mata masyarakat.

Berikut ini adalah daftar beberapa pesaing dari Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry*:

1. Nama Usaha : Berzih
Alamat : Cempaka Putih, tetapi tidak ada office
Lokasi : DKI Jakarta, Tangerang, Bekasi
Website : Instagram @BERZIH
Nomer Tlp : 085956130880
Jam Operasional : 07.00 – 17.00

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Nama Usaha : *Aqua Clean*
- Alamat : -
- Lokasi : JABODETABEK
- Website : Instagram @aquaclean.id
- Nomer Tlp 087786258922
- Jam Operasional : 07.00 - 22.00

Mengingat usaha-usaha tersebut telah berdiri terlebih dahulu maka selain merupakan pesaing, keduanya juga dapat dijadikan standar acuan pembelajaran bagi Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* untuk terus bertahan dan berkembang agar dapat menjadi lebih baik di dalam industri jasa sedot debu dan tungau.

C. Analisis PESTEL

Di saat pebisnis menyusun strategi untuk menjalankan bisnisnya, diperlukan analisis baik mengenai lingkungan internal perusahaan maupun lingkungan eksternal perusahaan. Lingkungan internal dianalisis untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan analisis lingkungan eksternal dilakukan guna mengetahui peluang dan ancaman yang mungkin berpengaruh terhadap bisnis yang akan dijalankan. Untuk menganalisis lingkungan eksternal, pebisnis dapat menggunakan metode analisis PESTEL yang merupakan singkatan dari *Political, Economic, Social, Technology, Environment* dan *Legal*.

Analisis PESTEL merupakan analisis lingkungan eksternal yang meliputi pengaruh politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum. Faktor-faktor tersebut dianalisis untuk melihat apakah faktor tersebut berpengaruh terhadap jalannya perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Jika berpengaruh apakah pengaruh tersebut dapat menjadi peluang atau sebaliknya yaitu menjadi ancaman yang perlu diatasi perusahaan.

Dengan mengetahui peluang dan ancaman yang berpengaruh terhadap Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry*, maka penulis mampu menyusun strategi dan mengatasi ancaman yang akan dihadapi. Oleh karena itu analisis lingkungan eksternal terhadap Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* dijabarkan sebagai berikut:

1) Aspek Politik

Risiko politik umumnya berkaitan dengan pemerintahan serta situasi politik dan keamanan di suatu Negara, jika situasi mendukung maka bisnis secara umum akan berjalan dengan lancar. Pengaruh politik terhadap usaha pelayanan jasa penitipan anak dapat dikatakan memiliki dampak yang sangat kecil. Sehingga kondisi politik Indonesia memiliki dampak yang netral untuk Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry*.

2) Aspek Ekonomi

Faktor ekonomi merupakan salah satu factor yang mempengaruhi seluruh jenis usaha atau industri yang ada di pasar dimana salah satu faktornya adalah inflasi. Perubahan laju inflasi di Indonesia harus diperhatikan karena meningkatnya harga secara umum dan terus-menerus sehingga dapat berdampak negative bagi kemajuan usaha pada saat ini dan dimasa yang akan datang. Dapat dilihat pada **Tabel 3.3** merupakan tingkat laju inflasi yang terjadi pada tahun 2015-2016.

Tabel 3.3
Tabel Laju Inflasi di Indonesia Tahun 2015 – 2016



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Bulan, Tahun	Tingkat Inflasi (%)
Januari 2015	6,96
Februari 2015	6,29
Maret 2015	6,38
April 2015	6,79
Mei 2015	7,15
Juni 2015	7,26
Juli 2015	7,26
Agustus 2015	7,18
September 2015	6,83
Oktober 2015	6,25
November 2015	4,89
Desember 2015	3,35
Januari 2016	4,14
Februari 2016	4,42
Maret 2016	4,45
April 2016	3,60
Mei 2016	3,33

Sumber: www.bi.go.id

Kenaikan inflasi dapat menyebabkan kenaikan harga barang-barang secara keseluruhan. Hal ini dapat mempengaruhi Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* karena akan mempengaruhi harga atas bahan persediaan, sehingga akan mempengaruhi elemen-elemen biaya operasional usaha lainnya menjadi meningkatkan harga jual. Peningkatan harga jual akan mengakibatkan daya beli



masyarakat akan menurun. Selain itu, hal lain yang perlu diperhatikan dari factor ekonomi adalah rata-rata pendapatan perkapita dari data tersebut pengusaha dapat mengukur daya beli masyarakat, sehingga perusahaan bisa mengetahui apakah minat beli masyarakat sedang tinggi atau rendah.

Kondisi perekonomian tersebut dapat dipastikan memberikan dampak pada industri usaha pelayanan jasa seot debu dan tungau *Wet and Dry* yaitu berupa ancaman yang cukup besar. Untuk itu perlu dilakukan strategi guna mengurangi dampak atas ancaman dari perekonomian.

3) Aspek Sosial

Kondisi social masyarakat sekarang ini cukup memberikan pengaruh positif bagi Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry*. Perubahan gaya hidup masyarakat saat ini mulai berpindah

4) Aspek Teknologi

Pesatnya pertumbuhan teknologi dari waktu ke waktu menimbulkan tingginya ketergantungan seriap bisnis pada aspek teknologi. Setiap bisnis tidak terlepas dari aspek teknologi. Hal ini disebabkan teknologi sangat mempermudah proses bisnis baik dalam produksi, pencatatan, komunikasi, hingga menjadi sumber informasi masyarakat. Bahkan sumber daya manusia perlahan tergantikan oleh kecanggihan teknologi yang mampu meningkatkan jumlah produksi serta meningkatkan efisiensi biaya produksi.

Dengan seiring berjalannya waktu perkembangan teknologi terus mengalami perkembangan dan semakin canggih, hal ini membawa pengaruh bagi industri ini, yaitu dengan semakin canggih nya teknologi yang digunakan akan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mempermudah proses kegiatan Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry*

seperti menghitung keuangan perusahaan, publikasi dan promosi serta komunikasi dengan pihak internal maupun eksternal perusahaan.

5) Aspek Lingkungan

Lingkungan di kota Jakarta khususnya lingkungan pada wilayah Jakarta Timur dan Jakarta Barat merupakan salah satu wilayah yang padat penduduk. Kondisi lingkungan dinilai sangat baik dan mendukung sehingga merupakan peluang usaha yang baik

6) Aspek Hukum

Aspek hukum tidak pernah terlepas dari setiap kegiatan masyarakat, guna memberikan batasan atas tindakan atau aktifitas di Negara tersebut. Hal ini berlaku juga untuk bisnis atau organisasi lainnya. Hukum yang mengatur jalannya bisnis menjadi batasan atas aktifitas bisnis sehingga jalannya aktivitas untuk mencari keuntungan tersebut tidak menyebabkan kerugian bagi pihak lain. Hukum dalam bisnis juga mengatur tentang legalitas atau pengesahan suatu usaha tersebut.

Legalitas tersebut meliputi pembuatan SIUP atau Surat Ijin Usaha Perdagangan yang diwajibkan untuk dimiliki oleh seluruh pengusaha. Aspek hukum dalam bisnis ini dipengaruhi oleh legalitas dan peraturan-peraturan pemerintah yang ada. Peraturan yang berdampak cukup besar adalah kenaikan Upah Minimum Rata-rata (UMR) di Jakarta yang kemungkinan akan mengalami kenaikan atau penurunan. Pada tahun 2016 menaikkan Upah Minimum Rata-rata sebesar 3,1 juta rupiah (menurut hasil sidang dewan pengupahan DKI Jakarta, 29/10/2015).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hal ini akan berpengaruh terhadap aspek keuangan bisnis Usaha Jasa Sedot

Debu dan Tungau *Wet and Dry* seperti pembayaran gaji karyawan, pembelian peralatan dan lain-lain, biaya operasional juga akan mengalami sejumlah perubahan yang tergantung akan tingkat UMR di tahun berjalan.

D Lima Model Kekuatan Porter terhadap Persaingan

Menurut Fred R. David (2011:138), mengenai analisis pesaing bahwa mengumpulkan dan mengevaluasi informasi tentang pesaing penting bagi perumusan strategi yang berhasil. Mengidentifikasi pesaing utama tidak selalu mudah karena banyak perusahaan memiliki divisi-divisi yang bersaing di industri yang berbeda”

Porter mengemukakan terdapat lima kekuatan yang mempengaruhi strategi dalam industri. Menurut Fred R. David (2011:146), terdapat lima kekuatan porter tentang analisis kompetitif merupakan pendekatan yang dapat digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di dalam industri. Lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam industri menurut Porter ditunjukkan oleh **Gambar 3.3** sebagai berikut.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 3.3 Lima Model Kekuatan Porter

Sumber: *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Case* (2011:146)

1. Persaingan Antar Perusahaan Saingan

Tekanan yang paling besar dari kelima kekuatan di kebanyakan industri adalah persaingan yang ada di antara perusahaan yang bersaing dalam sebuah pasar tertentu. Perusahaan-perusahaan dalam sebuah pasar bersaing untuk posisi tertentu dalam usaha mendapatkan keunggulan bersaing. Ketika suatu perusahaan menciptakan suatu inovasi atau mengembangkan suatu strategi yang unik dan mengubah pasar, perusahaan pesaingnya harus beradaptasi serta menghadapi risiko terlempar keluar dari bisnisnya. Tekanan ini membuat pasar sebagai yang sangat dinamis dan kompetitif.

Dalam hal ini, Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* merupakan industri yang menarik karena pesaing secara langsung yang khusus menyediakan jasa sedot debu ini termasuk sedikit dibandingkan usaha jasa lainnya dan pesaing Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* yaitu Berzih dan *AquaClean*

2. Potensi Pengembangan Produk-Produk Pengganti

Produk pengganti atau produk substitusi dapat mengubah keseluruhan industri. Pada umumnya, suatu industri akan lebih menarik jika memiliki kondisi-kondisi sebagai berikut:

- a. Produk-produk substitusi yang berkualitas tidak langsung tersedia
- b. Harga produk substitusi tidak terlalu murah dibanding harga produk industri
- c. Biaya peralihan para pembeli ke produk substitusi tinggi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Berdasarkan hal diatas, Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry*

memiliki ancaman produk substitusi yang termasuk rendah karena produk substitusi yang merupakan jasa yang ketersediaannya masih rendah di pasar.

3. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Masuknya pesaing baru merupakan factor yang tidak dapat dihindari oleh setiap bisnis. Bisnis yang sehat tentu harus menerima pesaing baru yang masuk. Ancaman dari pendatang baru dapat dilihat dari mudah tidaknya pesaing untuk memasuki bisnis tersebut.

Semakin besar kumpulan calon pemain baru dalam suatu industri, semakin besar pula ancamannya bagi perusahaan yang telah ada dalam suatu industri, semakin besar pula ancamannya bagi perusahaan yang telah ada di dalam industri tersebut. Berdasarkan hal ini, Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* memiliki tingkat masuknya pemain baru yang cukup tinggi karena jenis usaha yang mudah ditiru dan besarnya pangsa pasar yang dapat dijadikan target.

4. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok juga merupakan factor yang mempengaruhi industri terutama bisnis yang digeluti. Besar kecilnya ancaman dari pemasok ditentukan berdasarkan besar atau kecilnya halangan untuk memperoleh produk dari pemasok. Semakin besar daya tarik yang dimiliki para pemasok bahan mentah penting, semakin rendah daya tarik industri tersebut. Umumnya, sebuah industri akan menarik jika ada kondisi-kondisi berikut, yaitu:

- a. Ada banyak pemasok

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



- b. Ada produk-produk substitusi yang tersedia untuk berbagai barang yang di sediakan oleh pemasok
- c. Mudah untuk berpindah dari satu pemasok lainnya.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Daya Tawar Konsumen

Berdasarkan daya tawar pemasok industri, Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* tidak memiliki pemasok tetap tetapi lebih menekankan kepada perekrutan karyawan dan penambahan alat vacuum.

Konsumen merupakan factor yang paling utama sebagai penentu berjalannya bisnis tersebut atau tidak. Dapat dikatakan bahwa konsumen merupakan harta perusahaan yang paling utama dan benar adanya istilah mengenai “konsumen adalah raja”.

Tentu segala bisnis membutuhkan konsumen, namun tidak sedikit konsumen yang melakukan daya tawar yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan. Untuk itu perlu adanya daya tarik khusus untuk konsumen serta mengerahkan kekuatan layanan yang maksimal untuk konsumen. Dengan mengutamakan kepuasan konsumen, diharapkan konsumen akan memberikan loyalitas kepada usaha yang dijalankan, sehingga dengan loyalitas konsumen yang tinggi akan menurunkan daya tawar konsumen.

Dalam hal ini Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* merupakan industri yang menarik karena memiliki banyak konsumen yang dibuktikan dengan perkembangan dan pertumbuhan masyarakat yang semakin produktif dan sibuk sehingga membutuhkan jasa sedot debu dan tungau ini untuk membantu para

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



warganya yang sibuk bekerja dan tidak memiliki cukup waktu untuk memperhatikan kebersihan perabotan rumahnya.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

6. Analisis Posisi Dalam Persaingan

Analisis posisi perusahaan dalam persaingan dapat dilihat dengan menggunakan metode *Product Life Cycle* atau yang biasa dikenal dengan Siklus Hidup Produk. Menurut Kotler dan Keller (2012:232) sebuah produk memiliki siklus hidup, yang berarti mengatakan tentang empat hal berikut:

1. Produk mempunyai usia yang terbatas. Dimana jika produk mencapai usia dewasanya, perlu dilakukan pengembangan untuk mendaur ulang siklus hidup produk.
2. Penjualan produk melalui tahap-tahap berbeda, setiap tahapnya mempunyai tantangan, peluang, dan masalah berbeda bagi penjual.
3. Laba naik dan turun pada berbagai tahap siklus hidup produk
4. Produk memerlukan strategi pemasaran, keuangan, manufaktur, pembelian, dan sumber daya manusia yang berbeda dalam setiap tahap siklus produknya.

Siklus hidup produk umumnya dapat digambarkan ke dalam kurva siklus hidup produk. Kurva tersebut menggambarkan tahapan-tahapan dalam produk yang terdiri atas empat tahap. Keempat tahapan tersebut meliputi tahap pengenalan produk (*Introduction*), tahap pertumbuhan produk (*Growth*), tahap kedewasaan produk (*Maturity*), dan tahap penurunan produk (*Decline*).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a) Tahap Pengenalan Produk (*Introduction*)

Tahap ini umumnya merupakan tahap dimana produk baru diperkenalkan kepada calon konsumen. Periode pertumbuhan penjualan masih lambat ketika produk diperkenalkan di pasar dikarenakan calon konsumen belum memiliki kesadaran merek dan produk.

Dalam tahap ini pemasaran sangat gencar dilakukan untuk meningkatkan kesadaran merek pada para konsumen. Perusahaan juga tidak mendapatkan laba karena pengeluaran yang besar untuk pengenalan produk.

b) Tahap Pertumbuhan Produk (*Growth*)

Pada tahap ini, produk telah dikenal dan telah diterima oleh konsumen. Periode penerimaan pasar cepat serta permintaan tinggi. Promosi yang dilakukan mulai berkurang dikarenakan kesadaran konsumen akan produk tinggi. Namun persaingan mulai masuk ke dalam tahap ini, karena sangat terbukanya ruang untuk masuk dan bersaing. Perusahaan pada tahap ini mendapatkan laba yang tinggi akibat permintaan yang tinggi.

c) Tahap Kedewasaan Produk (*Maturity*)

Pada tahap kedewasaan produk, terjadi penurunan pertumbuhan penjualan dikarenakan produk telah diterima oleh sebagian besar pembeli potensial. Perusahaan juga harus menghadapi persaingan yang sangat meningkat. Peningkatan persaingan tersebut menyebabkan pangsa pasar yang diperoleh semakin sedikit. Pada tahap ini laba cenderung stabil bahkan dapat menurun. Untuk menghindari tahap penurunan (*Decline*) diperlukan strategi yaitu modifikasi produk, modifikasi pasar, dan modifikasi program pemasaran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d) Tahap Penurunan Produk (*Decline*)

Pada tahap ini terjadi penurunan penjualan dikarenakan beberapa alasan, yaitu kemajuan teknologi, perubahan selera konsumen, dan peningkatan persaingan domestik dan luar negeri. Dengan terjadinya penurunan penjualan, beberapa perusahaan akhirnya menarik diri dari pasar dan perusahaan yang tersisa mungkin mengurangi jumlah produk yang ditawarkan karena sedikitnya permintaan.

Untuk menghadapi tahap ini, perusahaan harus menetapkan system untuk mengidentifikasi produk yang lemah melalui beberapa departemen serta melakukan strategi untuk pemasaran produk.

Pada siklus hidup produk, posisi Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* masih berada pda tahap pengenalan produk. Jenis pelayanan jasa yang ditawarkan *Wet and Dry* pada umumnya sama seperti jasa sedot debu lainnya, sehingga perlunya program pemasaran yang lebih untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai jenis pelayanan khusus yang membedakan *Wet and Dry* dengan jasa sedot debu lainnya.

Dalam hal persaingan pada tahap pengenalan, tingkat persaingan belum tinggi seperti halnya pada tahap kedewasaan. Untuk itu, Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* masih memiliki peluang untuk mendapatkan pangsa pasar yang besar melalui pelayanan-pelayanan serta fasilitas yang berbeda dari jasa sedot debu lainnya.

F. Analisa Competitive Profile Matrix

Untuk melihat lebih jelas mengenai persaingan yang ketat antara Usaha Tempat Penitipan Anak *Jungle Jam Daycare* dengan kedua pesaing potensial, maka metode CPM



(*Competitive Profile Matrix*) dapat digunakan. Metode CPM sendiri dapat menunjukkan kekuatan dan kelemahan pesaing, sehingga Usaha Tempat Penitipan Anak *Jungle Jam*

Daycare dapat mengetahui keunggulan dan kelemahannya dibandingkan dengan pesaing.

Metode CPM sendiri memiliki komponen-komponen sebagai berikut:

1. *Critical Success Factor (CSF)*

Critical Success Factor atau faktor penentu keberhasilan merupakan faktor-faktor terpenting yang mempengaruhi keberhasilan organisasi. Faktor tersebut digambarkan secara luas tanpa memasukkan data yang spesifik dan faktual. Faktor ini diambil berdasarkan analisis khusus dari penentu keberhasilan industri terkait. Faktor penentu keberhasilan ini merupakan ringkasan informasi dari hasil evaluasi kondisi internal perusahaan yang kemudian ditarik unsur yang memiliki pengaruh terbesar dengan perusahaan yang merupakan kekuatan dan kelemahan dari perusahaan itu sendiri serta perusahaan pesaing utama dalam industri.

2. *Rating*

Rating atau yang dikenal sebagai peringkat merupakan penilaian terhadap CSF. *Rating* sendiri mampu menunjukkan kekuatan dan kelemahan perusahaan yang ditentukan dari elemen yang telah disebutkan pada faktor penentu keberhasilan. Peringkat tersebut berskala satu sampai empat, dimana peringkat satu merupakan kelemahan utama perusahaan, peringkat dua merupakan kelemahan *minor*, peringkat tiga merupakan kekuatan *minor*, dan peringkat empat merupakan kekuatan utama perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Weight

C *Weight* atau bobot menunjukkan kepentingan relatif dari faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam industri. Bobot merupakan besar atau kecilnya pengaruh dari *Critical Success Factor* atau Faktor Penentu Keberhasilan yang dituangkan secara kuantitatif agar dapat secara riil melihat besarnya pengaruh. Semakin besar bobot tersebut maka semakin besar pula pengaruh masing-masing faktor. Bobot tidak boleh melebihi angka 1 (satu), karena nilai 1 (satu) tersebut dianggap sebagai 100%.

4. Weight Score

Weight Score atau nilai tertimbang merupakan hasil perkalian antara masing– masing *rating* atau peringkat dengan masing–masing *weight* atau bobot.

5. Total Weight Score

Total Weight Score atau total nilai tertimbang merupakan penjumlahan dari semua nilai tertimbang. Nilai akhir harus berkisar antara 1,00 hingga 4,00. Nilai rata – rata CPM adalah 2,50.

Tabel 3.4
Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry Competitive Profil Matrix*

Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	<i>Wet and Dry</i>		BERZIH		AQUACLEAN.id	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Lokasi	0.18	2	0.37	4	0.73	4	0.73
Harga	0.56	4	2.22	3	1.67	2	1.11
layanan jasa	0.13	3	0.40	3	0.40	2	0.27

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



promosi	0.11	2	0.22	3	0.33	4	0.44
service	0.24	3	0.73	4	0.98	4	0.98
Total	1.23		3.94		4.11		3.53

Sumber: *Wet and Dry*, Tahun 2017

Dari **Tabel 3.4** yang menjelaskan *Competitive Profile Matrix* berikut, dapat dilihat bahwa terdapat factor penentu keberhasilan usaha pada kolom pertama. Factor yang pertama merupakan Lokasi, lokasi yang dimaksud disini adalah jangkauan layanan jasa itu sendiri. Lokasi untuk *Wet and Dry* diberi nilai 2 poin karena jangkauannya hanya di wilayah DKI Jakarta saja. Sedangkan pesaing lainnya mendapatkan 4 poin karena jangkauannya mereka lebih luas yaitu JABODETABEK.

Faktor kedua adalah harga. Harga *Wet and Dry* disini mendapatkan 4 poin karena harganya terjangkau dan lebih murah dibandingkan pesaing-pesaingnya.

Faktor ketiga adalah layanan jasa. Layanan jasa *Wet and Dry* diberikan 3 poin karena *Wet and Dry* mempunyai kelebihan jasa yaitu diberikannya aromateraphy pada saat proses vacuum

Factor keempat adalah promosi. *Wet and Dry* mendapatkan 2 poin karena *Wet and Dry* adalah usaha yang masih baru, jadi promosinya pun masih belum maksimal dibandingkan pesaing-pesaingnya terdahulu

Factor terakhir adalah service. Mendapatkan 3 poin karena *Wet and Dry* masih harus belajar dan mencari informasi dari konsumen apa yang kurang dari service *Wet and Dry* ini

G. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (*SWOT Analysis*)

Analisis SWOT adalah singkatan dari analisis *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*. Menurut Fred R. David (2011:17), peluang dan ancaman berasal dari kondisi



ekonomi, social, budaya, demografi, lingkungan, politik, hokum, teknologi dan pesaing serta berbagai kejadian yang dapat berdampak buruk atau baik bagi organisasi di masa depan. Sementara kekuatan dan kelemahan adalah hal yang bisa dikontrol oleh organisasi.

Mereka dapat muncul di berbagai fungsi manajemen seperti *finance, maketing*, produksi, *Research, and Development (R&D)* dan system informasi manajemen.

Dari hal tersebut, maka Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* menjabarkan setiap kriteria yang menjadi factor kekuatan internal perusahaan, kelemahan internal perusahaan, kesempatan dari lingkungan eksternal perusahaan, dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan, yaitu:

1. Kekuatan (*Strength*)

Strength adalah factor-faktor internal positif yang dapat dihunakan oleh perusahaan untuk mencapai misi, saran, dan tujuannya. Kekuatan dari Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* antara lain:

- a. Harga yang ditawarkan *Wet and Dry* dapat dikatakan terjangkau oleh konsumen dan sesuai dengan pelayanan jasa yang diberikan di bandingkan pesaing lainnya
- b. *Wet and Dry* memiliki service yang berbeda yaitu diberikannya aromateraphy pada saat proses vacuum
- c. *Wet and Dry* memiliki SDM yang berkualitas dan telah diberikan pelatihan terlebih dahulu sebelum dipekerjakan untuk mendapatkan hasil serta kualitas pelayanan yang optimal

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah factor-faktor internal negative yang menghambat kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, dan tujuannya. Kelemahan yang dimiliki oleh *Wet and Dry* adalah:



- a. Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* belum memiliki reputasi yang baik di tahap pertumbuhan usaha, karena baru di dirikan dan belum di kenal oleh masyarakat.
- b. Media promosi Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* masih terbatas, sehingga dapat mengakibatkan terhambatnya pertumbuhan dan perkembangan usaha dalam mencapai target
- c. Pada fase start-up Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* mengalami hambatan dalam mencapai target profit karena di hadapi dengan resiko-resiko usaha yang baru terlihat dan baru bermunculan baik dari internal maupun eksternal usaha.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Peluang (*opportunities*)

Peluang atau *opportunities* adalah factor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. Peluang yang dimiliki oleh Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* antara lain:

- a. Jenis usaha yang digeluti oleh *Wet and Dry* merupakan jenis usaha atau bisnis yang mudah membuka cabang ataupun mudah di waralabakan
- b. Perkembangan tren usaha jasa sedot debu di Jakarta yang semakin dibutuhkan masyarakat mendukung perkembangan usaha *Wet and Dry*
- c. Lingkungan lokasi usaha berada di lingkungan apartemen sangat mendukung perkembangan Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* dalam proses kegiatan operasi usaha
- d. Variasi jenis pelayanan atau paket-paket yang diberikan oleh Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* menjadi daya tarik bagi konsumen untuk mencobanya

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah kekuatan eksternal negative yang menghalangi kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuan. Hal-hal yang menjadi ancaman bagi Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* antara lain:

- a. Jenis usaha ini mudah ditiru oleh orang lain atau pesaing karena dasar usaha yang terbilang mudah didirikan
- b. Kenaikan harga alat vacuum apabila ingin menambah alat
- c. Adanya hambatan dalam mencari teknisi yang mengerti tentang mesin alat vacuum apabila rusak
- d. Kemungkinan adanya pihak dari luar maupun dari dalam yang berusaha mengambil informasi mengenai Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* dengan cara-cara yang tidak sesuai

Strategi yang bisa digunakan antara lain sebagai berikut:

1. Strategi SO
 - a. Memanfaatkan perkembangan tren jasa sedot debu dan tungau dengan memberikan kemudahan atau alternative usaha berupa franchise bagi calon pengusaha lain yang ingin merawalabakan Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry*
 - b. Lokasi usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry* dapat mendukung promosi usaha seperti melakukan pembagian brosur ke unit-unit di apartemen sekitar dan ke perumahan-perumahan sekitar
 - c. Membuat paket dengan menggabungkan produk jasa Usaha Jasa Sedot Debu dan Tungau *Wet and Dry*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Strategi ST

- a. Membangun dan menjaga hubungan yang baik antar karyawan maupun dengan konsumen agar seluruh karyawan ataupun konsumen *Wet and Dry* merasa nyaman dan memiliki kepercayaan satu sama lainnya
- b. Meningkatkan penjualan dengan promosi seperti pemberian diskon kepada konsumen apabila konsumen mengajak kerabatnya untuk memakai jasa sedot debu *Wet and Dry* ini

3. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Strategi WO

- a. Membuat system franchise yang teratur dan rapi, sehingga para pengusaha dapat dengan mudah dan tenang untuk mewaralabakan usaha *Wet and Dry* dan juga meningkatkan reputasi usaha menjadi lebih baik
- b. Melakukan kegiatan promosi berupa pembagian brosur tujuannya memperkenalkan produk jasa *Wet and Dry* di pasar dan untuk memperlebar target pasar yang tepat dengan cepat

4. Strategi WT

- a. Meningkatkan promosi melalui berbagai media social yang banyak penggunanya seperti *Twitter, Facebook, Line, Instagram*, dan lain-lain
- b. Menggunakan system atau perangkat yang sesuai dengan standart bisnis seperti *Internastional Busniness Machine (IBM)* untuk mengontrol usaha dengan rinci untuk mencegah kerugian
- c. Melakukan *Celebrity Endorser* dengan menggunakan sosok dari tokoh masyarakat atau artis yang untuk menggunakan jasa sedot debu dan tungau *Wet and Dry*, sehingga artis tersebut akan memberikan rekomendasi kepada masyarakat untuk menggunakan jasa *Wet and Dry*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>1. Jenis usaha ini mudah ditiru pesaing</p> <p>2. Kenaikam harga alat vacum jika ingin menambah alat</p> <p>3. Adanya hambatan mencari teknisi yang mengerti tentang mesin alat vacum</p> <p>4. Adanya pihak dari luar maupun dalam yang berusaha mengambil informasi tentang usaha ini</p>	<p>1. Membangun dan menjaga hubungan yang baik antar karyawan maupun dengan konsumen. (S3, T3)</p> <p>2. Pemberian diskon kepada konsumen yang mendaftar pada periode pertama usaha berjalan (<i>Opening Discount</i>) (S1, T4)</p>	<p>1. Meningkatkan promosi melalui berbagai media sosial yang banyak penggunaanya (W2, T1)</p> <p>2. Menggunakan sistem atau perangkat seperti IBM untuk mengontrol usaha dan mencegah kerugian (W3, T3)</p> <p>3. Melakukan <i>Celebrity Endorser</i> (W1, T1)</p>
--	---	---

Sumber: *Wet and Dry* Tahun 2017

Hak Cipta Dilindungi
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.