BAB II

ANALISIS INDUSTRI

Dalam memulai suatu bisnis hendaknya seorang pengusaha memulai dengan melakukan analisis industri. Hal ini bertujuan agar bisnis yang dijalankan dapat fokus pada trend yang sedang terjadi sehingga dapat disesuaikan dengan usaha yang sedang direncanakan. Industri adalah semua kegiatan manusia di bidang ekonomi yang sifatnya produktif dan bersifat komersial untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Faktor – faktor yang harus diperhatikan dalam menganalisis industri antara lain permintaan industri, persaingan, dan segmentasi pasar. Wirausaha harus jeli dengan permintaan pasar, mencari tahu tentang kondisi pasar saat ini, serta mengikuti perubahan yang terjadi pada kebutuhan dan keinginan konsumen misalnya dengan melakukan survei terhadap pelanggan. Semua ini merupakan hal – hal yang sangat penting untuk menetapkan apakah usaha yang akan dibuat merupakan bisnis yang potensial atau tidak.

Permintaan industri diperlukan untuk mengetahui besaran produk industri yang dapat diserap oleh pasar. Disamping itu, permintaan industri untuk mengetahui pertumbuhan maupun penurunan permintaan pasar, jumlah pesaing, dan penetapan bisnis potensial. Untuk itu wirausaha harus mampu mengidentifikasi apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, serta menentukan harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan kepada konsumen agar mampu bersaing.

Persaingan adalah mengetahui kekeuatan pesaing, ukuran pesaing, dan startegi apa saja yang diterapkan oleh pesaing, hal ini dapat menjadi peluang bagi seorang wirausaha untuk

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing agar dapat menetapkan startegi bisnis yang tepat untuk mempersiapkan diri dalam menghadapai ancaman – ancaman yang mungkin akan terjadi dikemudian hari. Pesaing dapat diidentifksikan dengan beberapa cara seperti menanyakan langsung kepada konsumen dan melakukan pengamatan terhadap pesaing.

Mempelajari segmentasi pasar bertujuan untuk memperoleh infomasi tentang bagaimana dan siapa pelanggan kita sehingga seorang wirausaha dapat menetapkan strategi apa yang akan digunakan agar dapat lebih unggul bersaing dari para pesaing yang ada dalam industri tersebut.

A. Gambaran Masa Depan Perusahaan

Gambaran masa depan adalah ramalan mengenai kemungkinan yang mungkin akan terjadi dimasa yang akan datang. Gambaran masa depan sangat dibutuhkan untuk memberikan prediksi apakah perusahaan tersebut layak dikembangkan dan apakah masih memiliki prospek yang menjanjikan dimasa yang akan datang.

Sebelum memulai bisnis CARS, pemilik memulai dengan proses survey terhadap masyarakat sekitar dan pesaing. Hasil survey terhadap masyarakat sekitar memberikan gambaran yang optimis bagi penulis karena ternyata telah terjadi pergeseran kebutuhan masyarakat akan mobil, yakni dari kebutuhan mewah (tersier) menjadi kebutuhan sekunder. Disamping itu pandangan masyarakat terhadap mobil saat ini bukan sekedar kebutuhan bergaya (gengsi) melainkan lebih kepada kebutuhan yang harus dipenuhi. Sedangkan mengenai kekuatan daya beli pasar, saat ini justru daya beli masyarakat perkotaan semakin baik dimana terdapat berbagai pilihan pembayaran mulai dari cash (tunai), kredit cicilan hingga fasilitas kartu kredit. Saat ini, masyarakat dapat dengan mudah memperoleh fasilitas kartu kredit, sehingga masyarakat menjadi kurang bijak dalam mengguakan fasilitas kartu kredit tersebut untuk berbelanja. Hal ini apabila dilihat

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

dari kacamata sosial merupakan masalah sosial namun apabila dilihat dari kacamata bisnis, hal ini adalah peluang yang bagus dalam potensi atau daya beli masyarakat.

Berdasarkan https://m.tempo.co/read/news/2015/01/09/083633818/jakarta-macet-polda-kendaraan-naik-12-persen, pada akhir tahun 2014 jumlah mobil pribadi di Jakarta mencapai 3.226.009 unit dan mobil barang sebanyak 673.661 unit. Jadi, total keseluruhan dari jumlah mobil di Jakarta mencapai 3.899.670 unit kendaraan yang akan menjadi target pasar yang sangat baik bagi CARS. Hal ini belum lagi ditambah dengan faktor kenaikan jumlah kendaraan sebesar 12% yang akan menjadi target pasar yang sangat menjajikan.

Pemilik melihat suatu peluang dimana masyarakat Jakarta menginginkan bengkel yang dapat memenuhi semua kebutuhan modifikasi kendaraannya. Semakin dinamis kehidupan di ibukota maka tuntutan dalam hal kinerja mesin mobil dan level kenyaman di dalam kendaraan semakin diminati.

Trend masa depan untuk industri perbengkelan seperi in juga dipicu oleh analisis pemilik mengenai prospek bisnis di Indonesia kedepannya. Bisnis otomotif sedang berkembang pesat di Indonesia ini menyebabkan besarnya jumlah produksi mobil di Indonesia.

Melihat kondisi tersebut, membuat pemilik optimis bahwa konsumsi dan permintaan akan jasa perbengkelan akan sangat baik ditahun – tahun mendatang. Banyakanya jasa yang ditawarkan akan menambah ketertarikan konsumen atas bengkel CARS.

B. Analisis Pesaing

Pesaing adalah perusahaan yang melakukan usaha sejenis dalam wilayah pemasaran yang sama. Namun seiring dengan perkembangan teknologi, pemahaman

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

makna pesaing menjadi lebih luas. Peusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang merupakan barang substitusi dari produk yang kita buat juga dapat dimasukan dalam kategori pesaing karena adanya *opportunity lost* disana. Selain itu *online market* atau sarana promosi dan berjualan via internet juga turut menjadikan persaingan menjadi semakin luas. Karena produk yang dijual di internet bisa saja diiklankan oleh siapa saja, sehingga dapat mempengaruhi calon konsumen ataupun pelanggan toko konvensional untuk berslih ke metode belanja yang lebih mudah.

Pesaing terkadang dianggap sebagai musuh yang harus disingkirkan. Oleh karena itu banyak yang rela melakukan segala cara demi menyingkirkan kompetitor mereka. Padahal seharusnya kompetitor tersebut dapat menjadi katalis atau pendorong semangat bagi bisnis yang akan dijalankan.

Keberadaan pesaing sebenarnya tidak hanya menjadi anacaman namun sebaliknya justru dapat pula menjadi sebuah motivasi atau penyemangat agar bisnis kita dapat lebih berinovasi dan tetap berkembang kearah yang lebih baik. Dengan melakukan pegenalan terhadap karakteristik pesaing baik dari isi kekuatan maupun kelemahan pesaing dapat menjadikan masukan bagi seorang wirausaha untuk mengambil langkah bisnis.

Kelemahan dan kekuatan pesaing dapat diidentifikasi dengan mendapatkan informasi mengenai produk pesaing, harga pesaing, saluran pesaing ditribusi, dan apa saja kegiatan promosi pesaing. Disamping itu hal – hal tambahan lainnya yang harus diamati adalah sepak terjang pesaing seperti inovasi – inovasinya.

Berikut beberapa analisis pesaing dengan menggunakan *Competitive Profile Matrix* (CPM) :

1. Persaingan antar perusahaan *(rivalry among existing competitor*)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Persaingan antar perusahaan saingan biasanya merupakan yang paling hebat dari lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat berhasil hanya sejauh ia menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Semakin banyaknya pesaing yang berada di pasar maka semakin sulit perusahaan mencapai market leader pasar tersebut.

Dalam menghadapi persaingan yang terjadi, CARS melakukan beberapa strategi pemasaran untuk merebut pasar, yaitu strategi diferensiasi. Strategi diferensiasi dapat diartikan sebagai penawaran produk atau jasa serta pelayanan yang mempunyai perbedaan dan punya nilai tambah dibandingkan dengan pesaing sejenis. Beberapa strategi diferensiasi yang diterapkan diantaranya:

- Memberikan pelayanan yang informatif, cekatan, tepat, ramah, dan friendly, memberikan layanan home service untuk daerah Sunter, serta menyediakan fasilitas seperti free wi-fi (khusus konsumen CARS)
- Memberikan jaminan maksimal 35 menit dalam melakukan pengecekan standar mesin dan pergantian oli mobil jika lebih maka biayanya gratis untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan mobilitas yang tinggi
- Menawarkan produk yang memperhatikan kebutuhan konsumen yang bervariasi sesuai dengan perkembangan industri otomotif

2. Potensi masuknya pesaing baru (*Threat of new entrants*)

Pasar yang mempunyai segmen yang sedikit hambatan dan mempunyai resiko yang rendah dapat menyebabkan tingginya angka pesaing baru. Sehingga

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

masuknya pesaing baru dapat menimbulkan peningkatan kapasitas yang ada. Kelebihan kapasitas ini bisa berdampak terhadap pendapatan per usahaan.

Bisnis bengkel indonesia merupakan salah satu pasar yang diketahui mempunyai banyak pesaing dan masih mempunyai pasar yang baik, sehingga di dalam melawan pesaing ini dibutuhkan konsistensi serta komitmen yang tinggi dari usaha ini.

CARS sebagai pendatang baru dalam bisnis bengkel di Sunter mewaspadai ancaman dari pendatang yang baru lainnya dengan mempertahankan loyalitas konsumen. Strateginya berupa memberikan home service yang ramah dan cekatan untuk daerah setempat serta memberikan harga spesial untuk produk-produk tertentu yang dikombinasi dengan promosi seperti harga spesial pada waktu tertentu.

3. Potensi pengembangan produk-produk pengganti (*Threat of substitute products or services*)

Segmen pasar tertentu menjadi tidak menarik ketika ada produk pengganti yang membahayakan pasar tersebut. Produk substitusi merupakan ancaman yang besar bagi produk lain karena mampu menjadi produk alternatif dari sebuah produk yang ada. Munculnya produk substitusi bisa disebabkan oleh beberapa hal yang terjadi di dalam mekanisme pasar, bisa karena harga produk utama lebih mahal atau karena munculnya teknologi baru yang memunculkan produk substitusi tersebut.

Produk subsitusi yang akan dihadapi CARS ialah berbagai aksesoris mobil yang baru dan spare part yang khusus untuk jenis mobil tertentu. CARS akan tetap menjaga loayalitas konsumen dengan tetap memberikan harga yang

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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.

bersaing dan tetap menjual barang aksesoris mobil yang terbaru agar tingkat kepuasan konsumen terjaga.

4. Daya tawar konsumen (*bargaining power of buyers*)

Pembeli akan selalu berusaha untuk mencari produk yang dimiliki harga lebih murah namun tetap memiliki kualitas produk dan pelayanan yang tinggi. Hal ini membuat persaingan antar perusahaan dalam bisnis meningkat untuk memenuhi keinginan konsumen tersebut. Kekuatan posisi tawar menawar akan menguat apabila :

a. Produk berharga mahal
b. Produk mempunyai kualitas yang tidak jauh berbeda
c. Tingkat pendapatan konsumen rendah
d. Pembeli tidak mengetahui harga
e. Adanya produk substitusi

Untuk mengurangi daya tawar konsumen, CARS memberikan produk dengan harga yang realtif lebih murah dari pesaing dengan kualitas yang baik dimana produk tersebut tidak standar seperti yang dimiliki pesaing dan mempertahankan konsep jaminan gratis biaya pengecakan dan pergantian oli jika prosesnya lebih dari 35 menit.

5. Daya tawar pemasok (bargaining power of suppliers)

Daya tawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan di industri, khususnya dalam hal harga, kualitas produk, serta jangka waktu pengiriman barang. Jika pemasok memainkan harga serta kualitas produk, maka akan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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.

berpengaruh secara tidak langsung terhadap kenaikan harga produk serta turunnya kualitas produk. Hal ini dapat menyebabkan turunnya permintaan serta minat konsumen terhadap produk perusahaan. Tidak berbeda jauh dengan pengiriman barang, jika pemasok telat mengirim barang hal ini juga akan berpengaruh terhadap eksistensi menu yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.

Pemasok utama barang aksesoris CARS ialah Prince Auto Accessories yang mana pemiliknya merupakan ayah dari pemilik Chriz Auto Repair Shop sehingga pemilik mendapat kemudahan dalam mendapatkan barang aksesoris mobil dan juga dengan harga yang relatif murah yang akan membuat pemilik dapat menjual kembali dengan harga yang bersaing.

Pemilik juga telah melakukan survei langsug terhadap 2 toko yang berada di lokasi pesaing, toko – toko tersebut antara lain:

1. Bengkel Agung Jaya Motor
   Jl. Danau Sunter Utara Blok B1 A No. 1, Sunter Agung Podomoro

Tabel 2.1

Kelebihan dan Kekurangan Bengkel Agung Jaya Motor

Kelebihan	Kekurangan
Barang dan jasa ditawarkan dengan harga yang cukup murah	Barang – barang aksesoris mobil kurang banyak variasinya
Sudah lebih berpengalaman dalam bisnis reparsi mobil karena sudah berdiri lebih dari 20 tahun	Tidak ada jasa *Home Service*
Pengerjaan atau perbaikan mobil cukup cepat	Pengerjaan yang kurang rapi

Sumber : CARS

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

2. Auto Service Indonesia
   JL. Industri Raya, No. 15, Gunung Sahari, Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia

Tabel 2.2

Kelebihan dan Kekurangan Auto Service Indonesia

Kelebihan	Kekurangan
Pengerjaan yang cukup rapi	Pengerjaan yang cukup lama (lebih dari 20 menit)
Produk yang dijual cukup bervariasi	Harga yang ditawarkan cukup mahal

Sumber : CARS

Berikut ini *Competitive Profile Matrix* (CPM) dari CARS dengan pesaingnya:

Tabel 2.3

Competitive Profile Matrix CARS dan Pesaing

Faktor – Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	CARS		Auto Service Indonesia		Bengkel Agung Jaya Motor	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Harga	0,3	4	1,2	2	0,6	3	0,9
Kualitas Produk	0,2	3	0,6	4	0,8	3	0,6
Kecepatan Pengerjaan	0,2	4	0,8	3	0,6	4	0,8
Kerapihan Pengerjaan	0,1	3	0,3	4	0,4	3	0,3
Kelengkapan Jasa	0,1	4	0,4	3	0,3	2	0,2
Variasi Produk	0,1	4	0,4	3	0,3	2	0,2
Total	1		3,7		3,0		3,0

Sumber : CARS

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

C. Analisis PESTLE

Analisis PESTLE adalah analisis untuk mengetahui segala resiko yang terkait dengan pertumbuhan dan penurunan usaha dan juga posisi, potensi serta arahan strategis untuk bisnis yang sedang dijalankan. Analisis ini juga membantu memahami gambaran lingkunga secara menyeluruh serta kesempatan maupun ancaman yang ada disekitarnya. Dengan pemahaman ini kita dapat mengambi kesempatan yang ada dan juga kita dapat meminimalisirka risiko dari suatu bisnis atau usaha. Ada 6 macam analisis yang dianalisa dalam analisis PESTLE, yaitu :

1. Faktor Politik
2. Faktor Ekonomi
3. Faktor Sosial
4. Faktor Teknologi
5. Faktor Hukum dan Regulasi
6. Faktor Lingkungan

Berikut beberapa analisis PESTLE yang telah dilakukan oleh pemilim CARS :

1. Faktor Politik

Didalam analisis ini, pemilik menganlisis tentang upah minimum yang telah ditentukan oleh pemerintahan Jakarta. Pemilik tidak boleh melanggar ketentuan tentang penggajian karyawan dibawah upah minimum. Pengendalian harga yang dilakukan oleh pemilik yaitu dengan melihat harga pesaing supaya pemilik dapat bersaing ketat dengan pesaing – pesaing yang ada dalam industri perbengkelan mobil.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

2. Faktor Ekonomi

Yang menjadi pertimbangan dalam analisis ini yaitu bagaiman pertumbuhan ekonomi di tahun – tahun yang akan datang, gejala inflasi dan deflasi negara, dan juga kebijaksanaan tingkat suku bunga. Pertumbuhan ekonomi yang buruk bisa menjadi hal yang sangat tidak bagus dalam hal berbisnis karena konsumen akan mengurungkan niatnya untuk mengkonsumsi barang karena situasi dan kondisi ekonomi yang sedang memburuk. Inflasi dan deflasi dapat menjadi hambatan besar dari hampir semua bisnis karena jika terjadi kondisi seperti ini, pangsa pasar akan kehilangan daya untuk membeli karena harga barang yang melambung tinggi karena inflasi. Tingkat suku bunga merupakan hal yang utama dalam bisnis perbengkelan ini karena setidaknya 60% barang dagangan harus diimpor dan pembayarannya menggunakan mata uang asing, jika pemilik salah menghitung karena tingkat suku bunga yang fluktuatif akan mejadi faktor yang akan menyebabkan defisit yang lumayan cukup besar bagi bisnis.

3. Faktor Sosial

Faktor – faktor sosial ini sangat penting untuk dianalisis karena berkaitan dengan sikap konsumen dan juga karyawan secara langsung. Analisis yang didapatkan oleh pemilik yaitu jika terjadi membuat pemberontakan oleh karyawan karena kesenjangan yang terjadi yang dapat membuat bisnis ini terhambat. Untuk itu pemilik harus menjalin hubungan yang baik dengan semua karyawan tetapi tetap menindak tegas karyawan melakukan pelanggaran atau tidak dapat dibimbing lagi demi kelanjutan bisnis perbengkelan ini. Kesehatan dan kesejahteraan karyawan juga sangat harus dijaga oleh perusahaan karena keselamatan kerja adalah hal yang terpenting di dalam usaha ini. Perubahan gaya hidup masyarakat juga harus diikuti oleh bengkel supaya bengkel tetap dapat mengikuti perkembangan jaman.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
©Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

4. Faktor Teknologi

Faktor teknologi disini dimaksudkan untuk menganalisa apakah ada teknologi yng mempercepat pekerjaan ataupun memberikan profit yang lebih tinggi bagi perusahaan. Untuk itu bengkel CARS akan selalu mengikuti perkembangan teknologiterbaru untuk kemajuan bengkel. Tantangan bagi CARS dimasa yang akan datang yaitu menjadi pemegang penjulan barang variasi mobil melalui online shop di Indonesia.

5. Faktor Hukum dan Regulasi

Dalam hal faktor legalitas, bengkel CARS harus mematuhi Undang – Undang dan berbagai peraturan yang ada di daerah Jakarta untuk hal modifikasi mobil dan juga menawarkan sesuatu. Tidak ada jaminan bahwa nantinya pemerintah akan mengeluarkan larangan memodifikasi mobil. Ini yang akan menjadi masalah besar bagi bisnis perbengkelan ini.

6. Faktor Lingkungan

Faktor – faktor lingkungn yang dianalisis disini adalah bagaimana dampak bengkel CARS kedepannya terhadap lingkungan sekitar bengkel. Lingkungan disekitar bengkel terlihat cukup baik dan todak mempunyai masalah apapun kecuali jalanan yang tidak terlalu tinggi sehingga sering terjadi banjir di daerah ini.

D. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis tentang kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), kesempatan / peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) dari suatu bisnis. Dalam hal ini, pemilik menganalisa SWOT CARS disertai dengan matriks SWOT yang berisikan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

kotak – kotak diantaranya dua kotak paling atas menampilkan faktor eksternal (peluang dan ancaman) du kotak sebelah kiri menampilkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan), dan empat kotak lainnya merupakan isu – isu strategis sebagai hasil pertemuan anatara faktor internal dan eksternal. Berikut hasil analisa pemilik terhadap CARS.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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.

Tabel 2.4

Matriks SWOT CARS

MATRIKS SWOT	***OPPORTUNITY*** 1. Pemilik otomotif yang semakin banyak 2. Kebutuhan masyarakat akan mobil membuat jasa perbengkelan menjadi semakin dibutuhkan	***THREAT*** 1. Banyaknya pesaing yang menggeluti dunia otomotif 2. Kompetitor menawarkan harga yang hampir sama
STRENGTH 1. Variasi produk yang lebih bervariasi ditambah dengan jasa *Home Service* 2. Pengerjaan jasa yang rapih dan cukup cepat 3. Harga barang dan jasa yang diberikan relatif lebih murah dari pesaing	**S-O *Strategies*** 1. Memberikan konsumen kepuasan sepenuhnya dengan produk yang variatif dan adanya jasa Home Service dengan pengerjaan yang rapih dan cepat serta memberikan harga yang sangat bersahabat. (S1:S2:S3, O1) 2. Memberikan jasa dengan harga yang relatif murah demi memenuhi kebutuhan konsumen akan jasa perbengkelan. (S3, O2)	**S-T *Strategies*** 1. Memberikan pelayanan semaksimal mungkin agar pelanggan dapat puas dengan bengkel ChriZ Auto Repair Shop mengingat banyaknya pesaing yang menggeluti bidang ini. (S1:S2:S3, O1) 2. Memberikan pelayanan ekstra kepada pelanggan dengan jasa Home Service (S1, O2)
WEAKNESS 1. Modal yang dibutuhkan cukup besar 2. Masih kurangnya tenaga kerja ahli	**W-O *Strategies*** 1. Pemilik otomotif yang semakin banyak membuat tingkat pengembalian modal cukup tinggi. (W1, O1:O2) 2. Seiring dengan banyaknya pemilik otomotif maka pelatihan tenaga ahli harus dilakukan dengan benar. (W2, O1:O2)	**W-T *Strategies*** 1. Banyaknya pesaing di dunia otomotif menghasilkan tenaga – tenaga kerja yang ahli dalam bidang otomotif atau perbengkelan yang siap untuk direkrut. (W2, T1)

Sumber : CARS

E. Segmentasi Pasar

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (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.

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi sebuah pasar ke dalam kelompok – kelompok konsumen yang khas berdasarkan kebutuhan karakteristik atau perilaku yang mungkin membutuhkan produksi atau bauran pemasaran yang terpisah dengan mengidentifikasikan dan membagi pasar dalam kelompok yang berbeda. Basis – basis segmentasi yang digunakan oleh CARS yaitu:

1. Segmentasi geografis

Segmentasi geografis mengharuskan pembagian pasar menjadi unit – unit geografis yang berbeda seperti negara, negara bagian, wilayah provinsi, dan kota. Perusahaan dapat beroperasi dalam seluruh wilayah tetapi memberi perhatian pada variabel lokal.

Pemilik memlih lokasi usaha di daerah Sunter sebagai segmen dari bisnis tersebut. Daerah ini dipilih karena memiliki lokasi yang sangat startegis yaitu jalur penghubung antara Kelapa Gading dan Kemayoran. Lokasi bisnis terletak di jalanan utama yang sangat mudah dilihat dan juga dekat dengan perumahan – perumahan warga yang relative menggunakan mobil.

2. Segmentasi demografis

Segmentasi demografis adalah upaya membagi pasar menjadi sejumlah kelompok bedasarkan variabel - variabel seperti usia, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, dan kebangsaan.

Kebanyakan masyarakat di daerah ini adalah pengusaha dan hampir semuanya menggunakan mobil. Ini membuat keberadaan bengkel sangat penting. Kendaraan akan tiba waktunya untuk diservis dan CARS akan menjadi jawaban bagi permasalahan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

tersebut dengan menyediakan jasa servis yang cepat dan efisien waktu tanpa harus ke bengkel.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

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.