



BAB II

ANALISIS INDUSTRI

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam pembuatan perencanaan usaha dan pendirian usaha tidak pernah terlepas dari analisis agar dapat mengetahui lebih jelas keadaan persaingan pasar, laku atau tidaknya usaha tersebut dan bagaimana perkembangannya. Analisis industri dapat mempengaruhi bagaimana kelangsungan perusahaan kedepan nanti. Analisis industri mencakup analisis pesaing, segmentasi pasar, dan gambaran masa depan perusahaan.

Banyaknya jumlah penduduk yang berada di daerah pusat seperti Jakarta mulai menyebabkan para penduduk mencari tempat tinggal lain yang berada dekat dengan daerah pusat, salah satu daerah yang menjadi sasaran bagi masyarakat untuk tinggal adalah Bekasi, yang selain dekat juga belum banyak jumlah penduduk di daerah tersebut. Mulai meningkatnya jumlah penduduk di daerah ini menyebabkan para *developer* yang bergerak dibisnis properti melihat hal ini sebagai peluang bagi mereka dalam membuat bisnis mereka. Dengan mulai meningkatnya jumlah pembangunan di Bekasi inilah yang meningkatkan peluang bisnis perdagangan bahan bangunan.

Semakin berkembangnya kota Bekasi mengakibatkan semakin banyaknya orang yang melihat adanya peluang bisnis toko bangunan di Bekasi karena mulai banyaknya pembangunan perumahan dan pusat perbelanjaan. Masi kurangnya akses jalanan dari area perkampungan ke pusat perbelanjaan menyebabkan susahya para penduduk untuk mencari dan membeli bahan bangunan. PD Bumi

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.



Agung 2 hadir sebagai toko retail yang menjual bahan bangunan terhadap para konsumen ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Untuk bisa memprediksi apa yang akan terjadi dalam suatu usaha bisnis, perlu dilakukannya analisis industri terlebih dahulu. Hasil dari analisis industry dapat membantu suatu bisnis untuk jangka yang panjang. Analisis industry juga dapat membantu untuk melihat apakah kelangsungan bisnis lama atau tidak, dan juga dapat bertahan untuk bersaing di dalam pasar atau tidak.

Ancaman yang dihadapi biasanya akibat banyaknya pesaing yang sudah bergerak di bidang usaha tersebut, atau adanya perusahaan besar yang sudah mencakup bidang usaha ini sebagai salah satu usaha perusahaan tersebut. Untuk mengantisipasi akan ancaman dari faktor-faktor ini penulis harus bisa mengidentifikasi pesaing-pesaing utama, dan harus bisa menemukan kekuatan dan kelemahan strategi yang akan digunakan.

A. Gambaran Masa Depan dan Perkembangannya

Gambaran masa depan adalah ramalan tentang suatu kejadian yang memiliki kemungkinan akan terjadi di masa yang akan datang. Pada analisis industri, gambaran masa depan tidak memengaruhi secara tidak langsung akan suatu usaha, tetapi gambaran masa depan ini akan menjadi prediksi yang digunakan sebagai basis dalam menentukan bagaimana keberlangsungan hidup suatu usaha. Dengan adanya gambaran akan masa depan, perusahaan dapat lebih mudah dalam mengambil langkah – langkah yang tepat dan diperlukan serta strategi yang sesuai untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan.

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.



Visi

Visi menurut Husein Umar (2001:23) adalah suatu cita-cita tentang keadaan di masa datang yang diinginkan untuk terwujud oleh seluruh personal perusahaan. Visi juga dapat dikatakan sebagai sesuatu yang sangat dibutuhkan untuk organisasi demi menjamin kesuksesan dan kelestarian organisasi/perusahaan jangka panjang. Dengan kata lain dapat diekspresikan visi merupakan 'want do we want to become' dari perkumpulan, perusahaan ataupun organisasi.

Visi PD Bumi Agung 2 adalah menjadi toko material yang paling besar di Bekasi.

Misi

Sedangkan misi itu menurut Fred R. David (2015:172), adalah pernyataan tujuan jangka panjang yang membedakan satu organisasi dengan organisasi lainnya. Misi menjawab pertanyaan "Apakah bisnis kita?". Pernyataan misi memiliki karakteristik tertentu berupa deklarasi sikap, orientasi konsumen, deklarasi kebijakan sosial dan kemungkinan bisaa berkembang sesuai perkembangan yang ada.

Misi PD Bumi Agung 2 adalah penjualan produk-produk bahan bangunan yang bervariasi untuk para konsumen yang sedang atau ingin membangun suatu bangunan. dengan bantuan penjualan yang diberikan PD Bumi Agung 2 dengan harga yang relatif murah dan lengkap, menciptakan citra sebagai *one stop shopping* kepada para konsumen.

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.



B. Analisis Lingkungan Makro

© Dalam analisis makro, pendirian bisnis menurut Kotler dan Keller, ada lima aspek yang harus diperhatikan. Yaitu lingkungan ekonomi, lingkungan sosial-budaya, lingkungan alam, lingkungan teknologi, dan lingkungan politik-hukum.

Berikut adalah penjelasan aspek-aspek yang dapat dihubungkan dengan PD.

Bumi Agung 2 :

1. Faktor Ekonomi

“Daya beli yang tersedia dalam ekonomi tergantung pada penghasilan harga, tabungan, utang, dan ketersediaan kredit saat ini. Pemasar harus memperhatikan tren yang mempengaruhi daya beli, karena tren tersebut bisa memberikan pengaruh kuat pada bisnis”(Kotler dan Keller terjemahan Bob Sabran, 2009:86).

Ekonomi Indonesia triwulan III-2015 terhadap triwulan III-2014 (y-on-y) tumbuh 4,73 persen meningkat dibanding triwulan II-2015 yang tumbuh 4,67 persen. <https://www.bps.go.id/Brs/view/id/1200>

Dilihat dari pernyataan diatas, dapat terlihat adanya peningkatan terhadap pertumbuhan pendapatan masyarakat. Adanya peningkatan ini menunjukkan peningkatan daya beli masyarakat naik.

2. Faktor Lingkungan Alam

Suatu bisnis akan dipengaruhi oleh kondisi lingkungan alam atau mempengaruhi lingkungan alam tersebut. Hal-hal yang menunjukkan bahwa faktor lingkungan dapat mempengaruhi adalah :

- Keadaan jalanan yang masih belum tersentuh, seperti belum di aspal atau cor dapat menyulitkan untuk mendistribusi barang dagangan.
- Tempat memproduksi bahan bangunan yang dijual terdapat ditempat yang dekat dengan barang yang bersangkutan untuk kemudahan memproduksi.

Pada poin pertama, seperti yang tertulis diatas akan sulit untuk melakukan distribusi penjualan apabila tempat yang dituju memiliki keadaan jalan yang

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



buruk. Pada poin kedua, apabila jarak antara PD. Bumi Agung 2 terlalu jauh dengan tempat produksi barang, akan sulit untuk melakukan pengisian ulang barang yang dijual.

3. Faktor Lingkungan Teknologi

Usaha bisnis sekarang hampir tidak bisa terlepas dengan pengaruh teknologi. Dengan adanya kemajuan teknologi inilah pengusaha dapat semakin mudah dalam menyelesaikan beberapa persoalan tertentu. Untuk membuktikan bahwa pemanfaatan teknologi dapat memudahkan pengusaha dalam usaha dapat dilihat dari beberapa pernyataan berikut:

- a. Teknologi telah membantu untuk kemudahan dalam melakukan transportasi secara lebih cepat dan lebih efisien.
- b. Teknologi membantu memudahkan komunikasi antara penjual dengan pembeli.

Dari pernyataan diatas sudah terlihat bahwa faktor teknologi merupakan salah satu faktor pendorong yang berperan besar dalam bisnis, oleh karena itu PD Bumi Agung 2 akan memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai dalam melaksanakan bisnis ini. Untuk transportasi digunakan mobil angkut untuk mengantar barang dengan muatan berat atau besar, lalu untuk transaksi bisa menggunakan kartu kredit ataupun debit sebagai salah satu cara pembayaran. Tentunya akan disediakan telepon sebagai salah satu sarana komunikasi untuk melakukan pemesanan. Selain itu adanya potensi menggunakan website sebagai salah satu cara dalam melakukan penjualan dapat dijadikan pertimbangan untuk berkembangnya perusahaan.

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

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



C. Analisis Pesaing

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

Dalam usaha di dunia bisnis, persaingan merupakan hal yang wajar dan merupakan salah satu hal yang harus dihadapi oleh pengusaha. Untuk bisa memperoleh keunggulan terhadap para pesaing seorang pengusaha harus memiliki kecerdasan dan kecermatan untuk menghadapi para pesaing. Selain menjadi musuh dalam usaha, pesaing juga bisa dijadikan sebagai target motivasi untuk pengusaha dalam meningkatkan dan memajukan bisnis dan dapat lebih unggul dari pesaing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Analisa persaingan merupakan sebuah usaha untuk mengidentifikasi ancaman, kesempatan, atau permasalahan strategis (*strategy question*) yang terjadi sebagai akibat dari perubahan persaingan potensial, serta kekuatan dan kelemahan pesaing. (<http://bisnisbarengbee.com/analisis-persaingan-pasar/>)

Sebagai usaha baru yang terjun kedalam bisnis bahan bangunan, banyak pesaing yang harus bisa dan siap untuk dihadapi di tempat usaha akan dibuka nanti, pesaing tersebut, yaitu :

1. Sumber Jaya Batako

Sumber Jaya Batako sebagai toko dengan jalur yang sesuai merupakan salah satu pesaing utama untuk PD Bumi Agung 2 dan bisa dikategorikan sebagai pesaing yang cukup berat karena Sumber Jaya Batako merupakan salah satu pesaing yang sudah berdiri cukup lama dan sudah cukup terpercaya oleh para pelanggan. Apabila dilihat dari kelemahannya Sumber Jaya Batako tidak memiliki lokasi yang strategis dibandingkan dengan PD Bumi Agung 2. Keunggulan dari Sumber Jaya Batako selain sudah terpercaya, Sumber Jaya Batako berani untuk melakukan persaingan harga dengan toko pesaing lainnya.

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. Sumber Jaya Baru 2

Sumber Jaya baru merupakan pesaing dengan kondisi yang sama dengan PD Bumi Agung 2, merupakan toko yang belum lama berdiri. Alasan mengapa Sumber Jaya Baru dikategorikan sebagai salah satu potensi pesaing adalah karena lokasi Sumber Jaya Baru yang cukup dekat dengan letak PD Bumi Agung 2. Sebagai salah satu toko yang memiliki potensi untuk berkembang, hal ini menjadi alasan mengapa Sumber Jaya Baru menjadi salah satu potensi pesaing utama untuk PD Bumi Agung 2.

Menurut Kotler dan Keller (2009:322) yang dimaksud dengan pesaing dibedakan berdasarkan konsep industry dan konsep pasar. Industri adalah sekelompok perusahaan yang menawarkan produk atau kelas produk yang merupakan substitusi dekat satu sama lain, sehingga menurut konsep industri dianggap pesaing jika menawarkan produk yang sama. Menurut konsep persaingan pasar, para pesaing adalah perusahaan – perusahaan yang memuaskan kebutuhan pelanggan yang sama.

Dengan ini analisis pesaing dapat digunakan sebagai cara untuk mengetahui kelemahan dan keunggulan yang dimiliki pesaing dan cara apa saja yang dapat digunakan supaya dapat unggul dari para pesaing tersebut. Dengan menggunakan informasi yang sudah didapat ini, informasi tersebut dapat diproses untuk menjadi dasar dalam melakukan penyusunan rencana untuk mengembangkan usaha.

Menurut Porter pada buku Fred R. David (2013:106). Hakikat persaingan suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan utama, yaitu :

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.

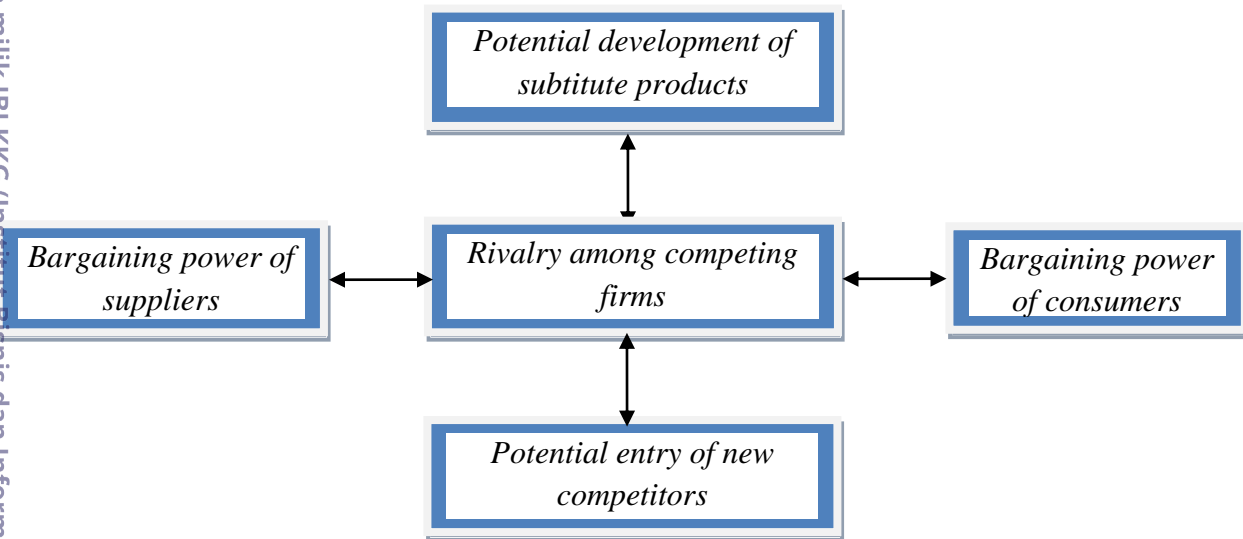
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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.

Bagan 2.1

Porter's Five Forces Model (Model Lima Kekuatan Porter)



Sumber: Fred R. David (2013:106)

1. Persaingan antarperusahaan saingan (*rivalry among competing firms*)

Semakin meningkatnya jumlah pesaing dipasar yang sama, akan semakin sulit pula menjadi yang paling unggul didalam pasar tersebut.

Untuk menghadapi persaingan yang terjadi ini, PD. Bumi Agung 2 menggunakan strategi differensiasi. Dalam menghadapi persaingan antara perusahaan menurut Michael Porter dibutuhkan beberapa strategi yang harus diterapkan, yaitu :

a. Price Competition

Disini PD. Bumi Agung 2 akan menetapkan harga yang tidak kalah murah dengan para competitor untuk meningkatkan nilai baik di mata konsumen.



b. *Advertising Battle*

Iklan merupakan strategi yang digunakan agar konsumen sadar akan adanya usaha ini, PD Bumi Agung 2 mengandalak promosi *mouth to mouth* dan perusahaan induk untuk mempromosikan PD. Bumi Agung .

c. *Product introduction*

Dalam memberikan pelayanan, PD Bumi Agung 2 memberikan daftar barang yang terdapat gambarnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Potensi masuknya pesaing baru (*potential entry of new competitors*)

Setiap memasuki suatu pasar, terdapat penghalang yang berdiri karena perusahaan-perusahaan lama yang sudah bergerak di usaha tersebut. Semakin tinggi dan kuatnya penghalang yang dibuat, akan semakin sulit untuk pesaing baru masuk kedalam.

PD Bumi Agung 2, sebagai usaha yang baru berdiri, masih kurang mampu untuk menghadapi kekuatan ini.

3. Potensi pengembangan produk-produk pengganti (*potential development of substitute*)

Adanya produk pengganti dalam suatu segmen pasar membahayakan produk utama dari pasar tersebut. Produk substitusi merupakan ancaman yang besar bagi produk utama karena bisa menjadi produk alternatif dari sebuah produk yang ada. Faktor-faktor yang menyebabkan munculnya produk alternatif terjadi karena adanya suatu masalah yang terjadi dalam mekanisme

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.



pasar, seperti harga produk utama lebih mahal, atau karena langkanya bahan baku.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Pembeli selalu mencoba untuk mencari dan membeli produk dengan harga yang lebih murah dengan kualitas produk yang tetap tinggi. Ini menyebabkan tingginya persaingan yang terjadi antar perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen tersebut. Posisi dalam tawar menawar akan semakin menguat apabila :

- a. Kualitas produk tidak berbeda jauh.
- b. Pembeli tidak tahu harga
- c. Terdapat produk substitusi.
- d. Harga produk mahal.
- e. Tingkat pendapatan konsumen yang rendah.

Untuk mengurangi daya tawar konsumen, PD. Bumi Agung 2 menjual barang dengan harga yang tidak terlalu mahal dengan produk yang sama.

5. Daya tawar pemasok (*bargaining power of suppliers*)

Intensitasi persaingan dalam suatu industri terpengaruh oleh daya tawar pemasok, terutama dalam harga, kualitas produk, dan jangka waktu pengiriman barang. Apabila pemasok telat dalam melakukan pengiriman barang, terdapat kemungkinan kehilangan konsumen yang ingin membeli barang tertentu yang sedang dikirim tersebut.

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dengan mengetahui hakikat persaingan yang tercermin dalam lima

kekuatan yang diutarakan oleh porter, PD Bumi Agung 2 memiliki gambaran yang lebih jelas akan kondisi persaingan yang terdapat di pasar di pasar saat ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ketika melakukan analisis terhadap perusahaan pesaing, pemilik dapat menentukan beberapa faktor yang bisa menjadi acuan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan para pesaingnya, antara lain :

1. Harga
2. Kelengkapan Produk
3. Pelayanan
4. Lokasi
5. Kondisi Toko
6. Kualitas Produk
7. Manajemen
8. Loyalitas Konsumen

Pesaing – pesaing utama yang berada di sekitar PD Bumi Agung 2, yaitu :

1. Sumber Jaya Batako

Harga	:Harga yang ditawarkan oleh Sumber Jaya Batako berada di bawah harga pasar. Hal ini karena Sumber Jaya Batako yang berani dalam menurunkan harga untuk persaingan harga dengan toko disekitarnya.
Kelengkapan Produk	:Kelengkapan produk tidak terlalu lengkap, terutama untuk barang perabotan dalam rumah kurang lengkap.
Kualitas Produk	:Keadaan produk yang rapuh dan beberapa produk tertentu yang rusak.

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.



Pelayanan	:Pelayanan yang diberikan baik.
Lokasi	:Lokasi Sumber Jaya Batako terletak di pinggir jalan Mitra Utama, secara geografis dekat dengan PD Bumi Agung 2. Lokasi yang kurang strategis pada saat musim hujan akibat adanya potensi kali meluap dan menimbulkan banjir.
Kondisi Toko	:Keadaan toko terlihat rapi dan bersih, barang-barang jualan tersusun secara rapi dan teratur.
Manajemen	:Pengelolaan usaha yang baik dengan adanya pengalaman yang banyak.
Loyalitas Konsumen	:Banyak konsumen yang melakukan pembelian di Sumber Jaya Batako, karena usaha sudah berdiri cukup lama dan sudah dan harga yang diberikan murah.
2. Sumber Jaya Baru 2	
Harga	:Harga yang ditawarkan Sumber Jaya Baru 2 memasuki kategori Standard ke murah, dipengaruhi dengan baru berdirinya Sumber Jaya Baru 2 sebagai usaha.
Kelengkapan Produk	:Sebagai perusahaan yang baru berdiri, kelengkapan produk yang dimiliki tidak buruk tetapi tidak dapat dimasukkan kedalam kategori sangat lengkap.
Kualitas Produk	:Keadaan produk baik, tidak banyak produk yang rusak.
Pelayanan	:Sumber Jaya Baru 2 memiliki pelayanan yang baik.

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

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



Lokasi	:Terletak di Jalan Desa Satria Jaya di pinggir jalan, dekat dengan PD Bumi Agung 2. Lokasi dapat dikategorikan cukup strategis karena jalan tersebut sering ditempuh oleh masyarakat.
Kondisi Toko	:Sebagai toko yang baru berdiri, keadaan toko masi terlihat bersih dan rapi, dengan susunan produk teratur yang enak untuk dipandang.
Kualitas Produk	:Penjagaan kualitas produk, terutama produk yang mudah rusak. Tergolong cukup.
Manajemen	:Terdapat kekurangan dalam pengelolaan usaha dan karyawan karena kurangnya pengalaman.
Loyalitas Konsumen	:Belum terlalu dipercaya oleh konsumen karena Jaya Baru 2 merupakan usaha yang baru berdiri.

Setelah mendapatkan informasi dari beberapa pesaing tersebut, maka dapat dilakukan perbandingan kekuatan dan kelemahan antar para pesaing. Kuesioner digunakan sebagai cara untuk memperoleh data, kemudian dengan 30 kuesioner yang didapatkan, data tersebut diterapkan kedalam bentuk tabel berikut :

Tabel 2.1
PD Bumi Agung 2
Perbandingan Pesaing Utama

Kategori	PD Bumi Agung 2	Sumber Jaya Batako	Sumber Jaya Baru 2
Harga	Normal	Normal	Normal
Kelengkapan Produk	Baik	Kurang	Cukup
Pelayanan	Cukup	Cukup	Cukup
Lokasi	Strategis	Strategis	Kurang
Kondisi Toko	Baik	Baik	Baik
Kualitas Produk	Baik	Cukup	Cukup
Manajemen	Kurang	Baik	Kurang
Loyalitas Konsumen	Kurang	Baik	Kurang

Sumber: Hasil Observasi 2017

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.



Setelah berhasil mengenali perusahaan pesaing, PD Bumi Agung 2 dapat menilai posisi bersaing dengan pesaing-pesaing utama dengan menggunakan Competitive Profil Matrix untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing-pesaing utama.

Tabel 2.2
PD Bumi Agung 2
COMPETITIVE PROFILE MATRIX

Faktor Penentu	Bobot	PD Bumi Agung 2		Sumber Jaya Batako		Sumber Jaya Baru 2	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Harga	0.3	2	0,6	3	0.9	2	0.6
Kelengkapan Produk	0.1	4	0.4	3	0.3	3	0.3
Pelayanan	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Lokasi	0.2	3	0.6	2	0.4	3	0.6
Kondisi Toko	0.05	3	0.15	3	0.15	3	0.15
Kualitas Produk	0.1	4	0.4	3	0.3	3	0.3
Pengalaman Manajemen	0.05	1	0.05	3	0.15	1	0,05
Loyalitas Konsumen	0.1	1	0.1	4	0.4	1	0,1
TOTAL	1		2.6		2.9		2.4

Keterangan:

- Bobot yang memiliki angka tertinggi merupakan faktor paling penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan, jika ada bobot yang sama berarti dianggap sama pentingnya.
- Total bobot yang diberikan secara keseluruhan berjumlah 1.
- Dalam pemberian Rating, 4 = Kekuatan Utama, 3 = Kekuatan Minor, 2 = Kelemahan minor, 1 = Kelemahan Utama.
- Skor – skor adalah hasil perkalian dari bobot dengan peringkat.

Dari tabel 2.3 dapat dilihat bahwa PD Bumi Agung 2 memiliki skor 2.6 dan unggul pada faktor kelengkapan produk, kualitas produk, dan lokasi, dibandingkan dengan Sumber Jaya Batako yang memiliki total skor tertinggi sebesar 2.9. Meski

© 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 mengutipkan 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.



PD Bumi Agung 2 masih tidak unggul dari segi pengalaman manajemen dan loyalitas konsumen, perbedaan ini dapat diperkecil seiring dengannya waktu setelah usaha berdiri. Sumber Jaya Baru 2 yang memiliki skor 2.4 sebagai sesama perusahaan yang baru berdiri dengan PD Bumi Agung 2 belum memiliki keunggulan yang bisa mengancam posisi PD Bumi Agung 2, akan tetapi meski perusahaan baru, PD Bumi Agung 2 tidak boleh lengah karena Sumber Jaya Baru 2 masih termasuk pesaing utama.

Untuk memilih strategi yang akan diterapkan oleh perusahaan, harus dilakukan penilain SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) dan melakukan analisis terlebih dahulu. Analisa SWOT berguna untuk menganalisis faktor-faktor dalam organisasi yang memberikan andil sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal. Berikut adalah analisis SWOT untuk PD Bumi Agung 2:

1) *Strenghts*

a) Lokasi strategis

Lokasi PD Bumi Agung 2 yang strategis untuk melakukan penjualan, letak toko yang persis berdekatan dengan jalan memudahkan akses untuk melakukan pengiriman barang dan masuknya barang untuk melakukan *restock* ulang barang-barang yang ada. Selain itu dengan letak yang berada di dekat jalan meningkatkan kemungkinan calon konsumen mengetahui adanya usaha PD Bumi Agung 2.

b) Produk beragam

PD Bumi Agung 2 menonjolkan kelengkapan produknya sebagai salah satu kekuatan. Kelengkapan produk yang disediakan disini adalah kelengkapan produk bagi konsumen. Dengan menjual barang-barang yang dibutuhkan

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.



dalam melakukan pembangunan rumah serta menyediakan beberapa produk-produk interior untuk membantu memudahkan konsumen dalam.

c) Kualitas produk terjamin

Untuk beberapa produk tertentu, kualitas produk menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan dan PD Bumi Agung 2 meningkatkan kualitas produk untuk menjadikan faktor ini sebagai salah satu kekuatan. Dengan menjual produk-produk yang membutuhkan kualitas yang bagus untuk menjamin keamanan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

d) Pengiriman yang cepat

Untuk beberapa produk tertentu yang tidak bisa dibawa sendiri oleh konsumen, ataupun konsumen yang melakukan pemesanan via telepon. Untuk pengiriman, ketepatan dan kecepatan waktu menjadi salah satu permintaan yang diinginkan oleh para konsumen, PD Bumi Agung 2 melakukan pengiriman secepat mungkin untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2) *Weakness*

a) Usaha belum banyak dikenal

Sebagai pemain baru yang baru muncul, PD Bumi Agung 2 belum terlalu dikenal secara luas bagi para konsumen.

b) Kurangnya pengalaman dalam pengelolaan usaha

Meski usaha yang dijalankan tidak terlalu besar, akan tetapi kurangnya SDM bisa menjadi masalah. Meski jumlah SDM yang ada masi cukup tetapi kurang mampunya manajer untuk mengelola dan memanfaatkan SDM tersebut akan menjadi kelemahan untuk PD Bumi Agung 2.

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.



- c) Ketergantungan yang kuat terhadap distributor

Untuk melakukan restock ulang barang-barang yang dijual, PD Bumi Agung 2 harus melakukan pembelian terhadap distributor utama. Sehingga terkadang terjadi kekurangan stock barang yang ada.

3) Opportunities

- a) Mulai banyaknya proyek pembangunan

Mulai adanya permintaan untuk pembangunan toko material di area sekitar jalan Karang Satria karena pembangunan renovasi rumah dan masih banyaknya tanah kosong yang dapat menjadi potensi untuk proyek pembangunan baru.

- b) Perkembangan konsep *one stop shopping*

Adanya suatu pandangan pada konsumen mengenai konsep *one stop shopping* dapat terlihat sebagai peluang bagi suatu usaha. Dengan mendirikan usaha yang memiliki konsep *one stop shopping* untuk menarik perhatian konsumen.

4) Threats

- a) Tingginya tingkat persaingan

Banyaknya usaha yang sejenis dengan PD Bumi Agung 2, adanya usaha yang menjadi hambatan bagi PD Bumi Agung 2 untuk memperkuat posisi dalam jenis usaha ini. Ditambah dengan sudah adanya usaha lama yang berdiri.

- b) Mungkinnya muncul pesaing baru

Adanya kemungkinan munculnya usaha baru yang sejenis dengan PD Bumi Agung 2 setelah berdiri. Usaha baru yang memiliki kemungkinan untuk sukses dapat mengancam posisi PD Bumi Agung 2 menjadi mundur.

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 2.3

PD Bumi Agung 2

Analisis SWOT Matrix

<p>Strength (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis 2. Keberagaman produk lengkap 3. Kualitas produk yang layak 4. Pengiriman yang cepat 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Usaha belum banyak dikenal 2. Kurangnya pengalaman dalam pengelolaan usaha 3. Ketergantungan yang kuat terhadap distributor
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mulai banyaknya proyek pembangunan 2. Perkembangan konsep <i>one stop shopping</i> 	<p>SO Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penerapan konsep <i>one stop shopping</i> (S2,O2)
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingginya tingkat persaingan 2. Munculnya pesaing baru 	<p>ST Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menonjolkan kelengkapan dan kualitas produk (S2,S3,T2,) 2. Pemanfaatan Lokasi (S1,T1)
<p>WO Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kerja sama dalam bentuk promosi (W1,O1) 	<p>WT Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan persaingan harga (W1,T2) 2. Melakukan kerjasama dengan usaha lain (W3,T1)

Sumber: Hasil Olahan 2017

© 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.

Berdasarkan tabel 2.4 di atas, dapat dilihat bahwa dengan Analisis Matriks SWOT secara sistematis dapat digunakan untuk merumuskan strategi organisasi dapat dilakukan. Analisis ini dilakukan berdasarkan pada logika yang bisa memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan Peluang (*Opportunities*), dan secara bersamaan dapat meminimalisir kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Penerapan strategi SWOT Matrix adalah sebagai berikut :



1. Strategi SO

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

a. Penerapan konsep *one stop shopping*

Melakukan penerapan *one stop shopping* dengan membuka usaha yang berhubungan dengan pembangunan gedung. Penyediaan produk-produk yang digunakan pada saat pembangunan struktur, juga dengan menjual beberapa produk yang mencakup bagian dalam gedung. Dengan ini konsumen yang datang untuk melakukan pembelian dapat menemukan hampir semua barang yang mereka butuhkan.

Strategi WO

a. Kerja sama dalam bentuk promosi

Bekerja sama dengan tempat pembangunan proyek untuk melakukan promosi secara oral, dengan menyebarkan informasi mengenai toko PD Bumi Agung 2 sebagai toko baru, selain itu dengan melakukan pemberian diskon pada pembelian sebagai imbalan atas bantuan promosi.

3. Strategi ST

a. Menonjolkan kelengkapan dan kualitas produk.

Untuk beberapa produk tertentu dimana kualitas barang menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan (seperti kayu dan besi) bisa menjadi keunggulan. PD Bumi Agung 2 dengan menonjolkan cukup banyaknya keberagaman produk yang disediakan dan juga dengan kualitas produk yang disediakan layak, dapat menjadi keunggulan untuk menarik loyalitas konsumen kepada PD Bumi Agung 2 dan menjadi kekuatan untuk menghadapi pesaing-pesaing PD Bumi Agung 2.

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.



b. Pemanfaatan lokasi

Lokasi yang strategis dapat membantu mudahnya pengiriman dan masuknya barang pada saat restock ulang, selain itu dengan letak yang berada ditempat yang mudah diakses dan dekat dengan area tempat tinggal massa dapat membantu meningkatkan banyaknya konsumen yang akan melakukan transaksi dengan PD Bumi Agung 2.

4. Strategi WT

a. Melakukan persaingan harga.

Untuk menarik perhatian para konsumen yang ada agar melakukan pembelian, PD Bumi Agung 2 memberikan tawaran harga yang murah, terutama pada barang-barang tertentu (seperti paku, sekrup). Dengan cara ini PD Bumi Agung 2 akan menanamkan pemikiran kepada konsumen bahwa PD Bumi Agung 2 merupakan toko dengan harga yang terjangkau tergolong murah.

b. Melakukan kerja sama dengan usaha lain.

Meski usaha disekitar PD Bumi Agung 2 merupakan pesaing, adanya kemungkinan untuk saling membantu pada saat kondisi tertentu merupakan hal yang mungkin. Salah satu dari kondisi tersebut adalah ketika kurangnya produk tertentu, tetapi konsumen membutuhkan barang tersebut. PD Bumi Agung 2 dapat melakukan transaksi dengan usaha pesaing yang dekat dengan PD Bumi Agung 2 untuk merestock ulang barang tersebut dan dijual langsung ke konsumen yang membutuhkan.

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

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



D. Segmentasi Pasar

Menurut Philip Kotler dan Kelvin Lane (2009:223) segmentasi pasar berguna untuk menyesuaikan program pemasaran untuk mengenali perbedaan pelanggan. Variabel-variabel segmentasi utama tersebut adalah :

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis membutuhkan pembagian pasar menjadi unit geografis yang berbeda seperti Negara, wilayah, Negara bagian, daerah, kota, atau bahkan lingkungan sekitar. Suatu perusahaan mungkin memutuskan untuk beroperasi di satu atau beberapa wilayah geografis, atau beroperasi di seluruh wilayah tetapi member perhatian pada perbedaan geografis dalam kebutuhan dan keinginan (Kotler dan Armstrong terjemahan Bob Sabran, 2012:215)

Berdasarkan segmentasi geografis, PD Bumi Agung 2 bertelak di wilayah

Bekasi, tepatnya di JL. Desa Satria Jaya.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan variable seperti usia, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi dan kebangsaan. Faktor demografis adalah dasar yang paling umum digunakan untuk menetapkan segmentasi kelompok pelanggan (Kotler dan Armstrong terjemahan Bob Sabran, 2012:215).

PD Bumi Agung 2 menetapkan segmentasinya pada usia, terutama pada usia yang sudah bekerja 22-60 tahun, akan tetapi tidak menutup kemungkinan bagi masyarakat yang memiliki usia lebih tua atau lebih muda. Selama konsumen membutuhkan barang material maka konsumen tersebut masuk kedalam naungan PD Bumi Agung 2. Tidak dibedakan juga baik dia laki-laki maupun perempuan selama mereka memiliki pendapatan dan memerlukan barang material maka mereka masuk dalam target pasar bagi PD Bumi Agung 2.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis membagi menjadi kelompok berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, atau karakteristik kepribadian. Orang-orang dalam kelompok

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.



demografis yang sama bisa memiliki komposisi psikografis yang sangat berbeda (Kotler dan Armstrong terjemahan Bob Sabran, 2012:218).

PD Bumi Agung 2 menargetkan kepada kebutuhan akan adanya tempat tinggal. Terutama kepada mereka yang sudah mulai berkeluarga dan ingin untuk membangun rumah sendiri. Selain itu mereka yang ingin melakukan renovasi terhadap bangunan yang mereka miliki, ataupun membangun toko. Selama mereka membutuhkan produk material tersebut akan masuk kedalam target PD Bumi Agung 2.

E. Ramalan Industri dan Pasar

Target pasar yang dituju oleh PD Bumi Agung 2 adalah masyarakat yang tinggal di Bekasi, lebih tepatnya di sekitar JL. Desa Satria Jaya sebagai fokus utama pasar PD Bumi Agung 2.

Tabel 2.4

Peningkatan Jumlah penduduk

Kota Bekasi

2011-2015

Tahun	Jumlah Penduduk	Peningkatan	Peningkatan (%)
2011	2.453.328	-	-
2012	2.523.032	69704	2.76%
2013	2.592.819	69787	2.71%
2014	2.663.011	70192	2.64%
2015	2.733.240	70229	2.56%

Sumber : <http://bekasikota.bps.go.id/>

Potensi pasar PD Bumi Agung 2 dapat terbilang baik mengingat pertumbuhan yang terus menerus meningkat setiap tahunnya meski dilihat dalam



persenan peningkatan menurun, akan tetapi peningkatan dalam angka masi terus meningkat pertahunnya. Peningkatan yang naik setiap tahun ini dapat menjadi peluang yang baik bagi PD Bumi Agung 2. Dengan semakin banyaknya penduduk yang tumbuh di Bekasi sehingga munculnya para designer yang ingin membuat perumahan baru untuk menampung penduduk yang terus meningkat ini. Dari sinilah PD Bumi Agung 2 dapat memperoleh keuntungan dimana *demand* akan barang *material* terus dibutuhkan untuk membuat bangunan baru.

Diharapkan dengan meningkatnya terus proyek-proyek dan masuknya teknologi ke Bekasi akan meningkatkan jumlah perumahan yang ada di kota Bekasi dan membuka peluang baru dan *demand* baru pula.

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.