



BAB II

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Dalam membuat suatu usaha baru yang sebelumnya sudah ada dipasaran, seorang pengusaha harus mengetahui atau melakukan berbagai analisis terhadap industri usaha bisnis yang direncanakan, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana gambaran atau kecenderungan-kecenderungan yang terjadi dalam industri (*trend industry*) dan faktor-faktor yang mendukung trend tersebut.

Peters dan Hisrich (2013:196), menjelaskan bahwa pengusaha harus melakukan analisis industri yang akan fokus pada tren industri tertentu.

Beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh seorang pengusaha agar lebih fokus terhadap *trend* industri, yaitu:

Pertama, permintaan industri. Permintaan selalu berhubungan dengan industri yang banyak diminati oleh masyarakat. Pengetahuan tentang pasar yang sedang mengalami pertumbuhan atau penurunan, jumlah pesaing, semua perubahan pada kebutuhan *customer* merupakan persoalan penting dalam mencoba menetapkan bisnis potensial yang mungkin dicapai oleh suatu usaha baru. Seperti halnya dengan usaha bisnis jasa penyewaan kamar *Homey Residence* yang akan dijalankan ini, pemilik harus dapat mengetahui secara akurat berapa besar pangsa pasar yang akan dituju dan jumlah pesaing yang ada di sekitar lokasi usaha.

Kedua, Persaingan. Bagi bisnis pemula umumnya ancaman terbesar adalah dari perusahaan besar. Jadi seorang wirausaha harus mempersiapkan diri untuk menghadapi ancaman



tersebut dan harus sadar akan siapa saja yang menjadi pesaingnya, serta harus mengetahui kekuatan dan kelemahan dari strategi pesaingnya. Kebanyakan pesaing dapat dengan mudah diidentifikasi dari pengalaman, profil usaha pada artikel yang terpublikasi, iklan, dan *website* yang ditayangkan. Dalam hal ini *Homey Residence* harus mencari informasi secara akurat siapa saja pesaing yang akan dihadapi, baik pesaing langsung maupun tidak langsung. Kemudian mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan masing-masing pesaing sehingga dapat membuat strategi yang tepat untuk menghadapi ancaman-ancaman dari pesaing.

Ketiga, Segmentasi Pasar. Seorang wirausaha perlu mengetahui kriteria dan segmentasi pasar yang dituju sehingga dapat menciptakan suatu keunggulan dalam persaingan industri. Segmentasi pasar *Homey Residence* terbagi atas segmentasi demografis dan segmentasi geografis.

A. Gambaran Masa Depan, Visi, dan Misi

Gambaran masa depan adalah sebuah ramalan tentang berbagai kecenderungan yang mungkin akan terjadi di masa yang akan datang. Gambaran masa depan sangat diperlukan agar dapat mengetahui bagaimana perkembangan usaha yang dibangun di kemudian hari, sebagai sarana untuk meminimalisasi risiko yang terdapat dalam suatu usaha, dan sebagai salah satu usaha preventif menghadapi kemungkinan terburuk dalam suatu usaha, yaitu mengalami kebangkrutan sehingga perlu dipelajari bagaimana perilaku konsumen, daya beli, dan hal-hal yang berhubungan dengan minat konsumen.

Dewasa ini, seiring dengan perkembangan kota di Bekasi menyebabkan terjadinya peningkatan jumlah pendatang baru dari luar Bekasi. Bekasi adalah salah satu kota yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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.



cukup berkembang. Fasilitas yang dimiliki oleh Bekasi ini terbilang sangat lengkap. Di dalamnya terdapat banyak lapangan kerja, sektor hunian, pusat perbelanjaan, sarana pendidikan, sarana kesehatan, dan fasilitas lainnya. Tidak hanya itu, akses yang dimiliki Bekasi pun sangat mudah dengan adanya tol Jakarta-Cikampek. Salah satu kota yang berada di Jawa Barat ini telah berubah menjadi kota industri. Terbukti dengan banyaknya industri besar didalamnya. Tidak hanya itu, banyak pula mall besar di kawasan Bekasi. Dengan kondisi seperti ini, tentu membuat Kota Bekasi memberikan kontribusi yang besar untuk perekonomian Indonesia. (Pamella Fricylia, 2015)

Banyaknya lapangan pekerjaan dan sarana lainnya di kawasan Bekasi menyebabkan adanya kebutuhan akan tempat tinggal. Hal ini dapat mendorong usaha jasa penyewaan kamar kost di daerah Bekasi. Berdasarkan segmentasi pasar yaitu berupa wanita, baik pegawai kantoran maupun mahasiswa. Usaha penyewaan kamar kost akan memiliki banyak peminat. Fasilitas yang lengkap, pelayanan yang memuaskan, harga yang terjangkau, kepraktisan, dan letak yang strategis akan mendukung perkembangan usaha penyewaan kamar kost karena setiap orang akan mencari rumah kost yang fasilitasnya lengkap dengan harga yang sesuai dan letaknya strategis agar memudahkan segala aktifitas sehingga tidak membuang waktu, biaya, dan tenaga.

Menurut Fred R. David yang diterjemahkan oleh Dono Sunardi (2011:82-84), pernyataan visi yang jelas menjadi dasar bagi pengembangan pernyataan visi yang komprehensif. Pernyataan visi haruslah singkat, diharapkan satu kalimat, dan sebanyak mungkin manajer diminta masukannya dalam proses pengembangan, sedangkan pernyataan misi adalah sebuah deklarasi tentang alasan keberadaan suatu organisasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Pernyataan misi menjawab pertanyaan paling penting. ‘Apakah bisnis kita?’ pernyataan misi yang jelas sangat penting untuk menerapkan tujuan dan merumuskan strategi”.

Menurut Sofjan Assauri (2013:17), “Visi dan Misi adalah pernyataan sederhana tentang tujuan yang dicapai suatu organisasi di masa depan”.

Jadi dapat disimpulkan visi-misi perusahaan merupakan perumusan pandangan untuk mencapai maksud dan tujuan yang menjadi bidang keahlian perusahaan, perumusan visi-misi yang baik haruslah melalui tahapan perumusan permasalahan yang ada dan ingin dipecahkan oleh perusahaan atau seseorang yang akan memimpin perusahaan tersebut.

1. Visi dari *Homey Residence* adalah menjadi kost-an pilihan utama di daerah Bekasi Barat.
2. Misi dari *Homey Residence* adalah memberikan pelayanan yang professional dalam bidang usaha penyewaan kamar dengan fasilitas yang lengkap dan harga yang terjangkau.

B. Analisis Lingkungan Bisnis (PESTLE)

Analisis lingkungan bisnis yang akan dibahas mencakup PESTLE (*politic, economic, social, technology, legal, dan environment*). Analisis ini merupakan suatu cara atau alat untuk meringkas lingkungan eksternal dalam suatu operasi bisnis.

Menurut Fred R. David yang diterjemahkan oleh Dono Sunardi (2011:120), “analisis lingkungan bisnis ini akan mengungkap peluang-peluang yang mungkin akan didapat oleh suatu perusahaan dan ancaman-ancaman besar yang akan dihadapi oleh perusahaan sehingga manajer tersebut dapat merumuskan strategi guna mengambil



keuntungan dari beberapa peluang serta meminimalkan dampak dari ancaman yang ada di sekitar organisasi. Sebuah perusahaan diharapkan dapat merespon berbagai faktor eksternal tersebut secara ofensif maupun defensif dengan merumuskan suatu strategi sehingga dapat mengambil keuntungan dari peluang dan meminimalkan dampak dari ancaman. Tren dan kejadian yang berasal dari luar perusahaan dan berada di luar kendali perusahaan dapat mempengaruhi semua produk, jasa, pasar, dan organisasi.”

Di bawah ini akan dijelaskan satu persatu faktor yang tercakup dalam analisis PESTLE menurut Fred R. David yang diterjemahkan oleh Dono Sunardi (2011:124) :

1. Politik (*Politic*)

Faktor politik dapat mempresentasikan peluang atau ancaman utama baik bagi organisasi besar maupun organisasi kecil. Peristiwa politik yang terjadi di Indonesia dapat memberikan dampak yang positif maupun negatif terhadap bisnis yang dijalankan. Keadaan politik ke depannya tidak dapat dikatakan akan stabil, oleh karena itu perusahaan harus selalu dapat menemukan cara agar dapat menghadapi keadaan politik yang selalu berubah-ubah. Dalam menjalankan bisnis ini, politik tidak memiliki peran besar terhadap perkembangan berjalannya perusahaan karena tidak ada aturan khusus yang berkembang dari masalah politik tersebut yang memberikan pengaruh secara langsung menghambat berjalannya perusahaan. Sejauh ini keadaan politik masih baik-baik saja jika dilihat dari sudut pandang pengaruhnya terhadap bisnis di bidang industri jasa penyewaan kamar kost.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Ekonomi (*Economic*)

Faktor ekonomi meliputi semua faktor yang mempengaruhi daya beli masyarakat dan mempengaruhi iklim dari suatu bisnis yang dijalankan perusahaan. Faktor ekonomi yang dianalisa adalah ekonomi Negara Indonesia.

Dari hasil pengamatan dan analisis, kondisi ekonomi di Indonesia semakin membaik melihat dari pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat dan bukan mengalami penurunan. Secara khusus Kota Bekasi terus memperlihatkan adanya pertumbuhan ekonomi salah satunya dilihat dari banyaknya usaha baru yang berdiri di Bekasi sehingga membuat warga luar kota datang untuk tinggal dan menetap di Bekasi dengan tujuan untuk bekerja. Hal ini tentu merupakan peluang bagi *Homey Residence* untuk meraih pangsa pasar yang tepat bagi keberlangsungan hidup perusahaan.

3. Sosial (*Social*)

Tren-tren sosial, budaya, demografis, dan lingkungan membentuk cara orang hidup, bekerja, memproduksi, dan mengonsumsi. Tren-tren baru itu menciptakan jenis konsumen, konsekuensi, kebutuhan produk dan jasa, dan strategi yang berbeda.

Homey Residence melihat perkembangan tren mahasiswa dan pegawai perkantoran yang bersekolah dan bekerja di luar kota asalnya, yaitu dengan menyewa tempat kost sebagai tempat tinggal sementara mereka. Tren ini berkembang dikarenakan untuk menghemat biaya transportasi dari kota asal

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.



mereka ke tempat mereka bekerja dan menuntut ilmu. Hal ini menjadi peluang untuk *Homey residence*, karena dengan lebih mudah akan menawarkan jasa penyewaan kamar ini kepada konsumennya yang memang telah mengikuti tren ini.

Ancaman yang mungkin akan mengganggu berlangsungnya usaha ini adalah pada saat semua target *Homey Residence* mulai memiliki tempat tinggal pribadi di daerah Bekasi karena nilai investasi bangunan dan tanah semakin berkembang, karena tidak menutup kemungkinan seseorang mulai menginvestasikan uangnya pada properti.

4. Teknologi (*Technology*)

Faktor teknologi meliputi semua hal yang dapat membantu dalam menghadapi tantangan bisnis dan mendukung efisiensi proses bisnis. Faktor-faktor tersebut meliputi aktivitas penelitian dan pengembangan teknologi yang terjadi, kecepatan transfer teknologi, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan faktor teknologi.

Bekasi sebagai basis domisili perusahaan dan target pasar utama perusahaan, memiliki tingkat pertumbuhan teknologi yang tinggi dan cepat. Dengan seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi terus berkembang dan meningkat drastis di mana hal ini membawa pengaruh bagi industri ini yakni mempermudah perusahaan dalam berpromosi, membuka pangsa pasar yang luas bagi perusahaan (melalui promosi media *online*), mempermudah perusahaan mendapatkan informasi (melalui internet dan televisi), dan mempermudah perusahaan dalam berkomunikasi maupun bertransaksi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



5. Hukum (*Legal*)

Aspek legal yang dimaksud adalah faktor hukum yang mengatur keseluruhan proses bisnis yang dijalankan. Indonesia memiliki beberapa norma-norma hukum yang mengatur usaha jasa yang dijalankan *Homey Residence*. *Homey Residence* harus menaati peraturan-peraturan hukum tersebut agar aspek legal atau hukum tidak mengganggu jalannya operasional usaha bisnis.

6. Lingkungan (*Environment*)

Faktor lingkungan meliputi semua hal yang mempengaruhi kelestarian lingkungan dan hubungannya dengan bisnis yang dijalankan. Dalam faktor lingkungan, *Homey Residence* memiliki sedikit masalah yaitu usaha yang dijalankan *Homey Residence* menggunakan sumber air yang cukup banyak untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini tentu menjadi ancaman bagi *Homey Residence*, namun ancaman ini tetap dapat diatasi dengan cara memberikan peraturan di dalam kost untuk penghuni dapat menghemat air dan akan menjadi sebuah tantangan bagi pemilik agar tidak merusak lingkungan dalam melakukan bisnis.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

C. Analisis Pesaing

Analisis berikutnya dilanjutkan dengan membuat analisis model lima kekuatan Porter untuk melihat bagaimana kondisi persaingan bisnis. Model lima kekuatan Porter mengacu pada Manajemen Strategis: Konsep oleh Fred R. David yang diterjemahkan oleh Dono Sunardi (2011:145). Berikut ini adalah ilustrasi berupa gambar dari model lima kekuatan Porter :

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.

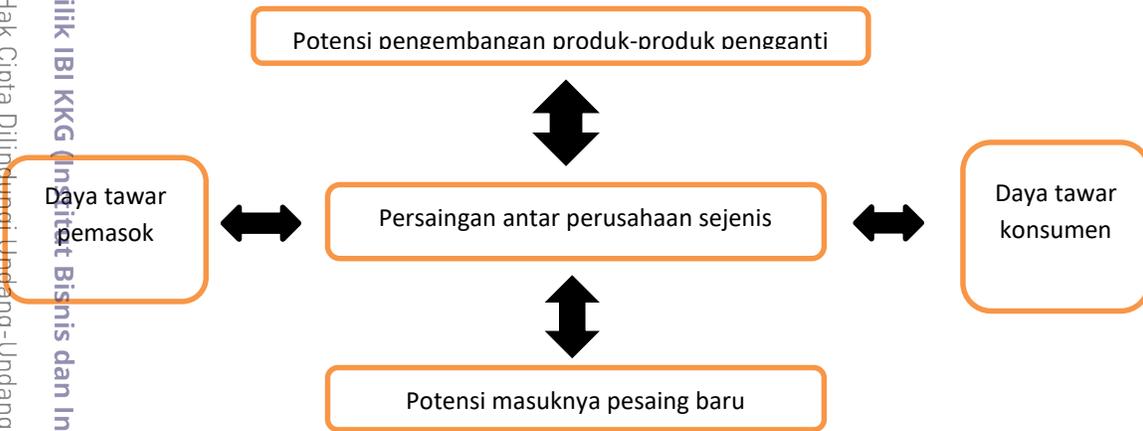
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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.

Gambar 2.1

Porter's Five-Forces Model (Model Lima Kekuatan dari Kompetisi)



Sumber: Fred R. David. Manajemen Srategis Konsep. Tj. (2011:145). Edisi 13

1. Persaingan antar Perusahaan Sejenis

Menurut Fred R. David yang diterjemahkan oleh Dono Sunardi (2011:148), “Persaingan antar perusahaan sejenis biasanya merupakan yang paling hebat dari lima kekuatan kompetitif. Perubahan dalam strategi oleh satu perusahaan bisa jadi ditanggapi dengan langkah balasan, seperti penurunan harga, peningkatan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, perpanjangan garansi, dan pengintegrasian iklan”.

Semakin banyaknya pesaing yang berada di pasar maka semakin sulit perusahaan mencapai *market leader* pasar tersebut. *Homey Residence* memiliki banyak pesaing di sekitarnya. Untuk itu *Homey Residence* membutuhkan strategi yang



baik untuk mengungguli pesaing dan menjadi *market leader* dalam bisnis ini di lingkungan sekitar.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Menurut Pearce dan Robinson yang diterjemahkan oleh Yanivi Bachtiar (2009:125), “Pendatang baru dalam suatu industri akan membawa kapasitas baru, keinginan untuk merebut pangsa pasar, dan sering kali sumber daya yang substansial”.

Menurut Fred R. David yang diterjemahkan oleh Dono Sunardi (2011:149), “Perusahaan baru kadang masuk ke industri dengan produk berkualitas lebih tinggi, harga lebih rendah, dan sumber daya pemasaran yang substansial. Oleh karenanya, tugas penyusun strategi adalah mengidentifikasi perusahaan-perusahaan baru yang berpotensi masuk ke pasar, memonitor strategi perusahaan saingan baru, menyerang balik jika diperlukan, dan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada”.

Penyedia jasa penyewaan kamar kost merupakan salah satu pasar yang diketahui mempunyai banyak kesulitan dan hambatan untuk masuk kedalamnya, salah satu hambatan yang paling susah untuk dilewati adalah modal yang cukup besar untuk berkecimpung dalam bisnis ini. *Homey Residence* sebagai pendatang baru dalam bidang penyewaan kamar mewaspadaikan ancaman dari pendatang baru lainnya dengan mempertahankan loyalitas konsumen. Strateginya berupa memberikan layanan, fasilitas, dan harga terbaik kepada konsumen.

3. Potensi Pengembangan Produk-Produk Pengganti

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.



Menurut Pearce dan Robinson yang diterjemahkan oleh Yanivi Bachtiar (2009:132), “Produk substitusi sering kali timbul dengan cepat ketika suatu perkembangan meningkatkan persaingan di industri mereka dan menyebabkan penurunan harga atau perbaikan kinerja”.

Menurut Fred R. David yang diterjemahkan oleh Dono Sunardi (2011:150), “Di banyak industri, berkompetisi ketat dengan produsen produk-produk pengganti di industri lain. Besarnya tekanan kompetitif yang berasal dari pengembangan produk pengganti biasanya ditunjukkan oleh rencana pesaing untuk memperluas kapasitas produksi”.

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. *Homey Residence* tidak menghadapi adanya hambatan produk pengganti karena di dalam usaha jasa penyewaan kamar hanya terdapat perbedaan lokasi, jenis kost, dan harga saja.

4. Daya Tawar Konsumen

Menurut Fred R. David yang diterjemahkan oleh Dono Sunardi (2011:151), “Ketika konsumen berkonsentrasi atau berbelanja atau membeli dalam volume besar, daya tawar mereka dapat mempresentasikan kekuatan besar yang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industri. Daya tawar konsumen juga lebih tinggi ketika produk yang dibeli adalah standar atau tidak terdiferensiasi.”

Daya tawar konsumen jasa penyewaan kamar kost cukup rendah, karena industri yang tidak mudah dimasuki dalam bisnis ini. Hal tersebut menyebabkan penyediaan kamar kost tidak sebanding dengan pasar yang terus bertumbuh terutama di wilayah dimana *Homey Residence* berada. Dengan demikian *Homey Residence* memiliki kekuatan harga.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Daya Tawar Pemasok

Menurut Fred R. David yang diterjemahkan oleh Dono Sunardi (2011:150), “Daya tawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan pada suatu industri, khususnya ketika terdapat sejumlah besar pemasok, atau ketika hanya terdapat sedikit bahan mentah pengganti yang bagus, atau ketika biaya peralihan ke bahan mentah lain sangat tinggi”.

Dalam hal ini, pemasok *Homey Residence* memiliki daya tawar menawar yang rendah sehingga harga barang menjadi rendah. Jika daya tawar menawar pemasok tinggi, maka harga sewa kamar di *Homey Residence* juga menjadi tinggi.

Tabel 2.1
Homey Residence
Model Lima Kekuatan Porter

| Kekuatan | Indikator | Intensitas Persaingan | Pengaruh |
|------------------------|--|-----------------------|--|
| Ancaman pendatang baru | Mudah memulai bisnis sejenis namun membutuhkan modal besar | Tinggi | Pantangan bagi perusahaan untuk berkembang menjadi besar |

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.



| | | | |
|------------------------------|---|--------|---|
| Daya tawar pemasok | Banyak pilihan pemasok dengan rentang harga yang sama | Rendah | Peluang bagi perusahaan dalam daya tawar terhadap pemasok |
| Daya tawar konsumen | Switching cost yang rendah | Tinggi | Tantangan bagi perusahaan untuk menciptakan pelayanan yang lebih baik |
| Ancaman produk pengganti | Tidak ada produk pengganti | Rendah | Peluang bagi perusahaan untuk berkembang |
| Persaingan di dalam industry | Banyak pesaing yang menawarkan jasa sejenis | Tinggi | Tantangan untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan |

Sumber: *Homey Residence*, 2016

Homey Residence yang bergerak dibidang usaha jasa penyewaan kamar kost mengalami persaingan yang sangat ketat di mana persaingan industri di bidang usaha jasa penyewaan kamar kost tinggi karena banyaknya pesaing dan pemain bisnis yang sejenis. Hal ini merupakan tantangan bagi *Homey Residence* untuk menciptakan nilai tambah yang ditawarkan perusahaan sehingga konsumen merasa lebih menguntungkan jika memilih *Homey Residence* menjadi tempat tinggal sementara.

Dengan mengetahui hakikat persaingan yang tercermin dalam lima kekuatan yang diutarakan oleh Porter, maka *Homey Residence* memiliki gambaran akan kondisi persaingan yang tengah terjadi saat ini, sehingga dapat dipersiapkan strategi-strategi yang tepat untuk menghadapi pesaing. Pesaing yang dihadapi oleh *Homey Residence* adalah semua bisnis jasa yang bergerak dalam bidang penyewaan kamar kost khusus untuk pria dan wanita maupun khusus untuk wanita saja di daerah Kota Bekasi. Dari banyaknya pesaing yang terdapat di daerah Kota Bekasi, di bawah ini adalah data lengkap pesaing yang dimiliki oleh *Homey Residence* berdasarkan jenis, harga, fasilitas, dan radius yang lebih dekat, antara lain:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



1. Griya Kost Jelita

| | |
|-------------------|---|
| Ⓒ Alamat | : JL Bandeng Raya No.18A, Perumnas 2. Kalimalang, Kota Bekasi (Belakang RS Awal Bross Kalimalang) |
| Telpon | : 08128894911 |
| Lokasi | : Lokasi mudah dijangkau dan strategis karena dekat dengan jalan raya |
| Harga sewa | : Rp 1.900.000 |
| Konsumen | : Pria/Wanita, karyawan/karyawati, mahasiswa/mahasiswi |
| Kamar | : 3 |
| Fasilitas kamar | : AC, lemari, kamar mandi dalam, tempat tidur, lemari, PLN Token |
| Fasilitas umum | : TV, kulkas, dapur, CCTV, parkir motor |
| Fasilitas sekitar | : <i>mini market</i> , rumah sakit, ATM, pom bensin, Hotel, tempat makan, <i>laundry</i> , kampus, <i>restaurant</i> , dekat tol Bekasi Barat, Mall |
| Cara pembayaran | : Pembayaran dilakukan secara tunai |
| Kondisi Ruangan | : Kamar cukup besar dan tidak tersedia ruang tamu. |

2. Kost Bunda Rizky

| | |
|------------|---|
| Alamat | : Perumahan Pondok Mitra Lestari Blok A 14 No. 16. Kecamatan Jati Asih, Kalimalang. Kota Bekasi |
| Telp | : 081280147174 |
| Lokasi | : Lokasi sulit dijangkau karena berada di dalam perumahan yang tidak dilewati oleh kendaraan umum |
| Harga Sewa | : Rp 1.500.000 |

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.



Konsumen : Wanita, karyawan, mahasiswi, pelajar

Ⓒ Kamar : 10

Fasilitas kamar : AC, kamar mandi dalam, tempat tidur, lemari, meja dan kursi

Fasilitas umum : *free wifi*, teras, dapur, dispenser, ruang tamu, TV, parkir motor

Fasilitas sekitar : Rumah sakit, gerbang tol, mall, universitas, *mini market*, tempat makan

Cara pembayaran : Pembayaran dilakukan secara tunai

Kondisi ruangan : Ruang bersih cukup besar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Indekost Masnaga

Alamat : Perumahan Bumi Satria Kencana JL. Arjuna 2 No.15 Perumnas
2. Kalimalang, Kota Bekasi 17123

Telp : 081233569909

Lokasi : Lokasi sulit dijangkau karena berada di bagian dalam perumahan yang jauh dari pusat bisnis dan tidak dilalui oleh kendaraan umum

Harga sewa : Rp 1.600.000

Konsumen : Wanita dan pria / executive, karyawan, karyawan, mahasiswi, mahasiswi

Kamar : 3

Fasilitas kamar : AC, tempat tidur, lemari, meja dan kursi

Fasilitas umum : Kamar mandi luar, *Wifi*, ruang tamu, TV, dapur, kulkas, mesin cuci, dispenser air, kulkas, parkir motor dan mobil yang terbatas.

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



Fasilitas sekitar : Restoran, rumah sakit, mini market, kendaraan umum, mall, sekolah/kampus.

Cara pembayaran : Pembayaran dilakukan secara tunai

Kondisi ruangan : Ruangan kamar kurang bersih, dan berada didalam rumah keluarga

Selain dari Model Lima Kekuatan Porter yang dilakukan perusahaan, juga dari hasil pengamatan dan pengambilan informasi mengenai pesaing dari *Homey Residence*, didapatkan kelemahan dan kekuatan pesaing dengan skala 1-7 yang dapat dilihat pada

Tabel 2.2 berikut:

Tabel 2.2
Homey Residence
Perbandingan Pesaing Utama

| No. | Variabel | <i>Homey Residence</i> | <i>Griya Kost Jelita</i> | <i>Kost Bunda Rizky</i> | <i>Indekost Masnaga</i> |
|-----|-----------------|------------------------|--------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 1 | Lokasi | Strategis | Strategis | Kurang Strategis | Kurang Strategis |
| 2 | Harga | Terjangkau | Terjangkau | Terjangkau | Relatif Mahal |
| 3 | Fasilitas Kamar | Baik | Baik | Sedang | Kurang |
| 4 | Fasilitas Umum | Baik | Baik | Sedang | Sedang |
| 5 | Layanan Pelayan | Baik | Sedang | Baik | Sedang |
| 6 | Kondisi Kamar | Baik | Sedang | Sedang | Kurang |
| 7 | Keamanan | Sedang | Baik | Kurang | Sedang |

Sumber: *Homey Residence*, Data Olahan 2016

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.



Dari hasil analisis-analisis pesaing yang sudah dilakukan di atas, dapat disimpulkan bahwa *Homey Residence* memiliki tiga pesaing utama yaitu Griya Kost Jelita, Kost Bunda Rizky, dan Indekost Masnaga yang memiliki keunggulan terutama pada lokasi yang mudah dijangkau, harga yang terjangkau, fasilitas kamar yang lengkap, layanan jasa yang memuaskan, kondisi ruangan yang bersih, dan keamanan yang baik sehingga banyak orang yang ingin menggunakan jasa perusahaan tersebut. *Homey Residence* juga memiliki ancaman pendatang baru, daya tawar konsumen, dan persaingan di dalam industri yang tinggi sehingga dibutuhkan inovasi dan penciptaan nilai tambah terhadap jasa yang ditawarkan perusahaan agar mampu bersaing di dalam industri bidang usaha jasa penyewaan kamar kost.

D. Analisis Matriks Profil Kompetitif (CPM)

Salah satu alat manajemen strategis yang mampu membantu perusahaan dalam mencari tahu dan memetakan posisi pesaing dibandingkan dengan perusahaan adalah melalui matriks profil kompetitif atau biasa disebut CPM.

Menurut Fred R. David yang diterjemahkan oleh Dono Sunardi (2011:160), "Matriks profil kompetitif berfungsi untuk mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan secara kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan sampel. Bobot dan skor, bobot total, baik dalam matrik profil kompetitif maupun evaluasi faktor eksternal, memiliki arti yang sama. Namun demikian, faktor keberhasilan penting dalam matriks profil kompetitif mencakup baik isu-isu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

internal maupun eksternal; karenanya, peringkat mengacu pada kekuatan dan kelemahan”.

Faktor penentu keberhasilan adalah faktor-faktor terpenting dalam perusahaan yang mempengaruhi keberhasilan organisasi perusahaan dalam beroperasi. Faktor-faktor tersebut diambil setelah melakukan pengamatan dan analisis yang mendalam mengenai kondisi lingkungan baik internal maupun eksternal perusahaan yang memberikan dampak baik maupun buruk bagi perusahaan.

Faktor penentu keberhasilan memiliki peringkat yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing maka hal itu berarti strategi perusahaan sudah berhasil dengan baik atau dalam kata lain merupakan keunggulan bagi perusahaan. Sedangkan peringkat yang lebih rendah berarti strategi perusahaan harus segera ditingkatkan atau dengan kata lain merupakan kelemahan bagi perusahaan yang harus diperbaiki.

1. Peringkat

Peringkat atau *rating* dalam CPM menunjukkan tanggapan atau respon perusahaan terhadap faktor-faktor penentu keberhasilan. Jika peringkat tinggi maka berarti perusahaan dapat dengan baik merespon terhadap faktor penentu keberhasilan dan hal ini tentu merupakan keunggulan bagi perusahaan. Sebaliknya jika peringkat rendah maka berarti perusahaan kurang baik merespon terhadap faktor penentu keberhasilan dan hal ini tentu merupakan kelemahan bagi perusahaan.

Kisaran peringkat diberikan antara skor 1-4 dan dapat diterapkan pada setiap faktor penentu keberhasilan. Ada beberapa poin penting terkait dengan pemberian peringkat di dalam melakukan analisis CPM, yakni antara lain:



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.



- a. Peringkat akan diterapkan pada tiap faktor penentu keberhasilan
- C** b. Respon perusahaan yang kurang terhadap faktor penentu keberhasilan diwakili oleh skor 1. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kelemahan utama perusahaan
- c. Respon rata-rata perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan diwakili oleh skor 2. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kelemahan minor perusahaan
- d. Respon di atas rata-rata perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan diwakili oleh skor 3. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kekuatan minor perusahaan.
- e. Respon perusahaan yang paling baik terhadap faktor penentu keberhasilan diwakili oleh skor 4. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kekuatan utama perusahaan.

2.) Bobot

Bobot dalam CPM menunjukkan kepentingan relatif dan faktor untuk menjadi penentu kesuksesan perusahaan dalam industry. Bobot berkisar antara 0,0 yang berarti tidak penting dan 1,0 yang berarti paling penting. Jumlah dari semua bobot dan masing-masing faktor penentu keberhasilan yang dianalisis harus sama dengan 1,0.

3) Total Bobot

Jumlah nilai tertimbang atau bobot adalah sama dengan total bobot. Nilai akhir dari jumlah bobot harus berada pada rentang 1,0 (rendah) sampai 4,0 (tinggi). Rata-rata total bobot untuk CPM adalah 2,5 di mana tiap perusahaan dengan total bobot berada

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 IBKKG.

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



di bawah 2,5 dapat dikatakan dalam posisi yang lemah. Perusahaan dengan bobot total lebih dari 2,5 dapat dianggap sebagai perusahaan memiliki posisi yang kuat di pasar. Dimensi lain dalam CPM adalah perusahaan dengan jumlah total bobot yang paling tinggi dianggap sebagai pemenang di antara pesaing di pasar.

Namun meski demikian, angka-angka total bobot hanyalah menggambarkan kekuatan relatif perusahaan-perusahaan yang dibandingkan, bukan dengan tujuan untuk mendapatkan angka tertentu tetapi lebih kepada asimilasi dan evaluasi informasi dalam arti dapat membantu dalam pengambilan keputusan perusahaan.

Berikut adalah tabel Matriks Profil Kompetitif (CPM) yang membandingkan *Homey Residence*, *Griya Kost Jelita*, *Kost Bunda Rizky*, dan *Indekost Masnaga*.

Tabel 2.3
Homey Residence
Matriks Profil Kompetitif (CPM)

| Faktor Penentu Keberhasilan | Bobot | <i>Homey Residence</i> | | <i>Griya Kost Jelita</i> | | <i>Kost Bunda Rizky</i> | | <i>Indekost Masnaga</i> | |
|-----------------------------|-------|------------------------|-------|--------------------------|-------|-------------------------|-------|-------------------------|-------|
| | | Peringkat | Nilai | Peringkat | Nilai | Peringkat | Nilai | Peringkat | Nilai |
| Lokasi | 0.20 | 4 | 0.80 | 4 | 0.80 | 2 | 0.40 | 2 | 0.40 |
| Harga | 0.25 | 3 | 0.75 | 3 | 0.75 | 3 | 0.75 | 2 | 0.50 |
| Fasilitas Kamar | 0.15 | 4 | 0.60 | 3 | 0.45 | 2 | 0.30 | 2 | 0.30 |
| Fasilitas Umum | 0.10 | 3 | 0.30 | 3 | 0.30 | 2 | 0.20 | 2 | 0.20 |
| Layanan Pelayanan | 0.10 | 3 | 0.30 | 2 | 0.20 | 3 | 0.30 | 2 | 0.20 |
| Kondisi Kamar | 0.10 | 4 | 0.40 | 3 | 0.30 | 3 | 0.30 | 2 | 0.20 |
| Keamanan | 0.10 | 3 | 0.30 | 3 | 0.30 | 3 | 0.30 | 3 | 0.30 |

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.



| 1.00 | 3.45 | 3.10 | 2.55 | 2.10 |
|------|------|------|------|------|
|------|------|------|------|------|

Sumber: *Homey Residence*, 2016

Keterangan:

1. Bobot yang memiliki angka tertinggi merupakan faktor paling penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.
2. Bobot yang memiliki angka terendah merupakan faktor kurang penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan
3. Jika ada kesamaan bobot maka dianggap bahwa faktor penunjang keberhasilan tersebut sama pentingnya bagi perusahaan
4. Total bobot keseluruhan berjumlah 1
5. Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yakni 4=kekuatan utama, 3=kekuatan minor, 2=kelemahan minor, dan 1=kelemahan utama.
6. Nilai adalah hasil dari perkalian bobot dengan peringkat dari masing-masing perusahaan

Dari hasil analisis tabel di atas, dapat dilihat bahwa *Homey Residence* dan Griya Kost Jelita memiliki lokasi yang sama baik dikarenakan kedua perusahaan ini memang memiliki lokasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan berbagai fasilitas umum yang dapat mempermudah para konsumennya sehingga tidak heran jika kedua perusahaan ini memiliki lokasi yang paling baik. Dari faktor harga, *Homey Residence* akan menjadi yang terbaik karena perusahaan ini direncanakan memiliki harga sesuai dengan fasilitas yang disediakan, dan mematok harga yang lebih murah dibandingkan dengan para pesaing lainnya. Dalam faktor fasilitas kamar dan fasilitas umum, bisa diakui bahwa Griya Kost Jelita memiliki fasilitas yang setara dengan *Homey Residence* karena kost tersebut sudah berdiri lama dan sudah melakukan renovasi rumah maupun memperbaharui fasilitasnya untuk memberikan kenyamanan yang lebih bagi para konsumennya.

Dari faktor layanan pelayan, semua jasa penyewaan kost di atas memiliki kualitas layanan pelayan yang hampir sama atau setara, yakni memiliki karyawan yang ramah, cepat, sigap, dan mampu melakukan tugasnya dengan baik. Dari faktor kondisi kamar,

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

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



Homey Residence, Griya Kost Jelita, dan Kost Bunda Rizky memiliki kondisi ruangan yang cukup baik karena ketiga jasa penyewaan kamar kost ini memiliki jadwal bagi karyawannya untuk membersihkan kamar penghuni yaitu seminggu sekali. Sedangkan Indekost Masnaga tidak memiliki jadwal bagi karyawannya untuk membersihkan kamar penghuni sehingga kost tersebut memiliki nilai skor yang lebih rendah di bandingkan

Homey Residence, Griya Kost Jelita, dan Kost Bunda Rizky. Dari faktor keamanan, Griya Kost Jelita memiliki nilai keamanan yang lebih baik dikarenakan kost tersebut memiliki teknologi keamanan kamera CCTV yang dapat memantau keamanan rumah kost dengan mudah. Dari nilai keseluruhan, *Homey Residence* akan dapat bersaing dengan Griya Kost Jelita, Kost Bunda Rizky, dan Indekost Masnaga.

E. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan keseluruhan evaluasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan dengan cara mengamati lingkungan baik internal maupun eksternal perusahaan.

Menurut Fred R. David yang diterjemahkan oleh Dono Sunardi (2011:327), "SWOT Matriks adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu manajer untuk mengembangkan 4 tipe strategi, yaitu: SO (*strengths-opportunities*), WO (*weaknesses-opportunities*), ST (*strengths-threats*), dan WT (*weaknesses-threats*)."

Menurut Kotler dan Keller yang diterjemahkan oleh Benyamin Molan (2012:63), "Analisis SWOT merupakan evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman".

Delapan langkah dalam merancang SWOT Matrix adalah sebagai berikut:

1. Menulis semua peluang eksternal perusahaan



2. Menulis semua ancaman eksternal perusahaan
3. Menulis semua kekuatan internal perusahaan
4. Menulis semua kelemahan internal perusahaan
5. Membandingkan kekuatan internal dan peluang eksternal untuk memformulasikan strategi SO
6. Membandingkan kelemahan internal dan peluang eksternal untuk memformulasikan strategi WO
7. Membandingkan kekuatan internal dan ancaman eksternal untuk memformulasikan strategi ST
8. Membandingkan kelemahan internal dan ancaman eksternal untuk memformulasikan strategi WT

Dengan analisis SWOT, perusahaan dapat melihat secara objektif lingkungan internal dan eksternal dari bisnis yang akan dijalankan untuk membantu mencapai kesuksesan di masa yang akan datang. Dari hasil analisa, maka analisis SWOT dari *Homey Residence* adalah sebagai berikut:

1. *Strengths* (Kekuatan)

Strengths adalah kekuatan internal positif yang dimiliki perusahaan yang dapat digunakan dalam mencapai visi, misi, sasaran, dan tujuan perusahaan. Kekuatan yang dimiliki oleh *Homey Residence* adalah:

- a. Lokasi yang strategis

Letak *Homey Residence* yang strategis dapat menjadi kekuatan karena berada tepat di dekat jalan utama di kawasan tersebut dan dekat dengan pusat bisnis yang ada di permukiman yang berkembang. pusat perbelanjaan, tempat hiburan,



restoran, universitas, sekolah, tempat ibadah. Dengan begitu tingginya jumlah penduduk yang beraktifitas di tempat tersebut, maka peluang *Homey Residence* untuk mendapatkan konsumen potensial yang besar pun meningkat.

b. Harga yang terjangkau dan sesuai kualitas

Harga yang ditawarkan oleh *homey Residence* dapat dikatakan tergolong lebih terjangkau dan sesuai dengan kualitas jasa dan layanan yang diberikan.

c. Fasilitas dan kenyamanan kamar kost *Homey Residence*

Fasilitas dan kenyamanan kamar kost menjadi kekuatan karena *Homey Residence* menyediakan kamar kost khusus untuk wanita saja dengan kondisi ruangan yang rapi dan bersih diharapkan dapat membuat konsumen merasa nyaman dalam bertempat tinggal. Fasilitas yang dimaksud berupa tempat tidur, AC, lemari, meja dan kursi, TV, toilet yang bersih yang juga disesuaikan dengan gaya hidup yang menunjang kehidupan untuk pegawai maupun mahasiswi yang menjadi target pasar *Homey Residence*.

d. Fasilitas pendukung yang memadai

Homey Residence memiliki fasilitas pendukung yang terbaik bagi penghuni. Fasilitas pendukung yang tersedia antara lain tersedianya ruang tamu, dapur yang bebas dipakai oleh penghuni, ruang makan bersama, tersedianya *wifi*, TV, kulkas, dan parkir mobil dan motor yang cukup memadai.

e. Layanan tenaga kerja fokus pada kepuasan konsumen

Homey Residence memberikan layanan tenaga kerja yang terbaik bagi konsumen di mana memastikan bahwa konsumen akan merasa puas jika menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. *Homey Residence* menyediakan karyawan yang

© 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.



bertugas untuk melayani setiap penghuni yang ada, baik dalam hal mencuci pakaian, membersihkan kamar penghuni, maupun membersihkan rumah kost agar *Homey Residence* selalu berada dalam kondisi rapih dan bersih.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

f. Keamanan yang terjamin

Homey Residence memiliki petugas keamanan (satpam) yang bertugas untuk menjaga keamanan lingkungan rumah kost. Dengan adanya satpam membuat keamanan kost ini menjadi terjamin bagi setiap penghuni yang menempatnya. *Homey Residence* juga memiliki peraturan yaitu tidak membolehkan lelaki untuk masuk ke dalam rumah kost sehingga keamanan rumah kost akan semakin lebih terjamin.

2. *Weakneses* (Kelemahan)

Weaknesses atau kelemahan adalah faktor-faktor internal negatif yang dimiliki perusahaan yang dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk mencapai visi, misi, sasaran, dan tujuan perusahaan. Kelemahan yang dimiliki oleh *Homey Residence* antara lain:

a. Belum begitu dikenal masyarakat karena masih baru

Karena usaha jasa penyewaan kamar ini baru dibangun, maka sudah dipredisikan masyarakat pasti belum mengenal *Homey Residence*. Namun seiring dengan berjalannya waktu dan usaha-usaha promosi yang akan dilakukan, *Homey Residence* pasti dapat dikenal secara luas oleh para calon konsumen.

b. Sistem layanan tenaga kerja yang masih belum disempurnakan

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.



Pada tahap awal berdirinya *Homey Residence*, tentulah bukan hal yang mudah untuk memberikan kualitas layanan tenaga kerja yang sempurna kepada penghuni. Pasti masih dibutuhkan banyak pelatihan kepada para karyawan agar penghuni merasa puas dengan jasa-jasa yang diberikan *Homey Residence*.

c. Biaya modal yang tinggi

Homey Residence membutuhkan biaya modal awal yang relatif tinggi serta waktu pengembalian yang relatif lama. *Homey Residence* juga membutuhkan pemeliharaan dan pengontrolan yang sangat intensif untuk menjamin kualitas mutu dan pelayanan.

d. Perlunya pemeliharaan yang intensif

Homey Residence memerlukan pemeliharaan yang intensif terhadap kinerja karyawan, peralatan, dan operasional.

3. *Opportunities* (Peluang)

Opportunities atau peluang adalah faktor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mencapai visi, misi, sasaran, dan tujuan perusahaan. Peluang yang dihadapi oleh *Homey Residence* antara lain:

a. Pendapatan pasif perbulan

Peluang bisnis usaha penyewaan kamar kost ini sangat besar. Bisnis ini akan memberikan pendapatan pasif setiap bulannya.

b. Pertumbuhan pendatang baru yang meningkat setiap tahunnya

Peningkatan jumlah pendatang baru dari tahun ke tahun menyebabkan peningkatan kebutuhan akan tempat tinggal bagi masyarakat, terutama wanita karena banyak wanita yang mencari tempat tinggal yang khusus untuk wanita



saja. Hal ini akan berpengaruh terhadap peningkatan kebutuhan dan permintaan akan rumah kost, sehingga bisnis ini akan memberikan peluang yang sangat menguntungkan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

c. Menjamurnya tempat penyewaan kamar kost

Sudah banyak pesaing yang mendirikan usaha penyewaan kamar kost disekitar *Homey Residence* namun tidak memiliki fasilitas penunjang kepuasan konsumen dan tidak banyak yang menyediakan penyewaan kamar khusus untuk wanita saja. Hal ini dapat memberikan peluang bagi *Homey Residence* untuk memberikan fasilitas dan kenyamanan yang diinginkan konsumen.

d. Wilayah dan lingkungan yang strategis

Homey Residence dibangun di wilayah dan lingkungan yang cukup strategis yaitu di lingkungan bisnis dan sekolah, yang berarti banyak perantau yang membutuhkan tempat tinggal sementara.

e. Harga sesuai dengan fasilitas dan layanan yang diberikan

Sudah banyak pesaing yang terlebih dahulu berdiri mendirikan jasa penyewaan kamar kost didekat *Homey Residence* dengan fasilitas-fasilitas yang bagus namun harga yang diberikan pesaing tidak terjangkau sehingga membuat calon penghuni untuk berfikir kembali dalam menyewa kamar kost tersebut. Hal ini menjadi peluang *Homey Residence* untuk memberikan harga yang terjangkau sesuai fasilitas yang dibutuhkan para calon penghuni.

f. Berkembangnya wilayah bisnis di Bekasi

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.



Semakin berkembangnya wilayah bisnis di Kota Bekasi, semakin besar peluang yang didapat oleh *Homey Residence*, hal tersebut dikarenakan banyak perantau yang membutuhkan kamar kost sebagai tempat tinggal sementara.

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

4 Threats (Ancaman)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Threats atau ancaman adalah kekuatan eksternal negatif yang dapat menghalangi perusahaan dalam mencapai visi, misi, sasaran, dan tujuan perusahaan. Ancaman yang dihadapi oleh *Homey Residence* antara lain:

a. Lokasi rentan banjir

Lokasi pendirian usaha sangat berpengaruh terhadap kelancaran usaha yang didirikan. *Homey Residence* didirikan di Kota Bekasi yang memang rentan dengan banjir sehingga menjadi ancaman untuk *Homey Residence*.

b. Risiko kebakaran

Asset utama dalam usaha ini adalah rumah kost dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, *Homey Residence* menghadapi ancaman yang dapat merusak keadaan bangunan kost. Sehingga perlu adanya tambahan proteksi dalam menjalankan usaha.

c. Tingkat persaingan yang tinggi

Persaingan di industri ini cukup tinggi mengingat banyaknya pesaing yang menawarkan jasa serupa di wilayah yang sama dengan jenis dan fasilitas yang hampir sama dan dengan harga yang lebih murah. Hal ini merupakan ancaman bagi perusahaan dan sekaligus tantangan bagi perusahaan untuk memberikan nilai tambah bagi jasa yang ditawarkan perusahaan.

d. Berdirinya apartemen-apartemen disekitar lokasi kost



Semakin majunya usaha properti di Bekasi, semakin banyak pula apartemen-apartemen yang didirikan, terutama di Pusat Kota Bekasi. Hal ini juga menjadi ancaman bagi *Homey Residence* dikarenakan banyak konsumen yang lebih memilih apartemen dibandingkan dengan menyewa kamar kost.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

e. Risiko kerusakan rumah kost

Dalam menjalankan aktivitas jasa penyewaan kamar kost, bangunan kost pendukung menjadi asset utama. Dalam hal ini bangunan kost memiliki ancaman kerusakan karena dihuni oleh banyak orang.

f. Penyalahgunaan kamar kost

Salah satu ancaman yang mungkin akan diterima oleh *Homey Residence* adalah penyalahgunaan kamar kost oleh para penghuni, misalnya sebagai penjualan narkoba, atau persembunyian teroris. Hal ini membuat *Homey Residence* memerlukan tambahan jasa keamanan agar semua aktivitas di dalam rumah kost bisa terkontrol dengan baik.

Dari hasil analisis SWOT di atas, disimpulkan ada beberapa strategi yang dapat digunakan oleh *Homey Residence* yaitu dapat dilihat pada tabel 2.4 berikut ini :

Tabel 2.4
Homey Residence
Matriks SWOT

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>© Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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> | <p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pendapatan pasif perbulan. 2. Pertumbuhan pendaatang baru yang meningkat setiap tahunnya. 3. Menjamurnya tempat penyewaan kamar kost. 4. Wilayah dan lingkungan yang strategis. 5. Harga sesuai dengan fasilitas dan layanan yang diberikan. 6. Berkembangnya wilayah bisnis di Kota Bekasi | <p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi rentan dengan banjir. 2. Risiko kebakaran. 3. Tingkat persaingan yang cukup tinggi 4. Risiko kerusakan rumah kost 5. Berdirinya apartemen-apartemen disekitar lokasi kost. 6. Penyalahgunaan kamar kost oleh penghuni. |
| <p>Strengths</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang strategis 2. Harga yang terjangkau. 3. Fasilitas dan kenyamanan kamar 4. Fasilitas pendukung yang memadai. 5. Layanan fokus pada kepuasan konsumen. 6. Keamanan yang terjamin | <p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengendalian terhadap fasilitas dan layanan (S3, S4, S5, O1, O5) 2. Promosi yang agresif melalui brosur, website, dan sosial media dengan menekankan pada keunggulan fasilitas dan layanan (S1, S2, S3, S4, O4, O5, O6) 3. Meningkatkan keamanan dengan menyediakan <i>security</i> (S5, S6, O4, O5) | <p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan keunggulan lokasi yang strategis (S1, T3) 2. Menekankan keunggulan harga, fasilitas dan pelayanan (S2, S3, S4, S5, T3) 3. Meningkatkan pengawasan terhadap fasilitas dan pelayanan (S5, S6, T2, T4, T6) 4. Menyediakan transportasi banjir seperti perahu karet (S1, S4, S5, T1) |
| <p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Homey Residence</i> Belum begitu dikenal masyarakat. 2. <i>Homey Residence</i> membutuhkan pemeliharaan yang intensif. 3. Sistem layanan tenaga kerja yang masih belum disempurnakan 4. Membutuhkan modal yang besar. | <p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pemeliharaan dan pengawasan yang intensif terhadap fasilitas dan layanan (W2, W3, O4, O5) 2. Membangun usaha dari biaya keluarga agar terhindar dari hutang dan beban bunga bank (W4, O1, O6) 3. Menyebarkan promosi secara lebih luas (W1, O2, O3, O6) | <p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memproteksi rumah kost pada perusahaan asuransi (W2, W4, T1, T2, T4) 2. Meningkatkan pemeliharaan dan pengontrolan fasilitas serta layanan untuk mengungguli pesaing (W1, W2, W3, T3, T5) 3. Menerapkan peraturan kepada setiap penghuni kost (W2, T4, T6) |

Sumber: *Homey Residence*, 2016.

F. Segmentasi Pasar

Sebelum memulai sebuah bisnis, perusahaan perlu mengidentifikasi pasar yang akan dituju oleh perusahaan. Dibutuhkan suatu analisa untuk membagi pasar menjadi



kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki karakteristik yang berbeda sehingga membutuhkan bauran pemasaran yang berbeda pula. Analisis inilah yang disebut segmentasi pasar.

Segmentasi Pasar menurut Kotler dan Armstrong (2012:190) adalah, “Membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang terpisah”.

Menurut Sofjan Assauri (2012:39), “Segmentasi pasar adalah proses pembagian pasar ke dalam subset pelanggan dengan kebutuhan yang sama dan mempunyai ciri-ciri yang dapat diarahkan atas tanggapan mereka, sehingga dapat dilakukan cara-cara yang sama bagi produk tertentu yang ditawarkan, termasuk program pemasarannya”.

Menurut Schiffman dan Kanuk yang diterjemahkan oleh Yuliana (2013:27), “Segmentasi pasar sebagai proses membagi pasar menjadi irisan-irisan konsumen khas yang mempunyai kebutuhan atau sifat yang sama dan kemudian memilih satu atau lebih segmen yang akan dijadikan sasaran bauran pemasaran yang berbeda”.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:150), “Segmentasi pasar dapat diartikan sebagai proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan/atau respon terhadap program pemasaran spesifik”.

Melalui segmentasi pasar, perusahaan membagi pasar yang besar ke dalam segmen-segmen yang lebih kecil sehingga dapat dijangkau oleh perusahaan secara lebih efektif dengan kebutuhan yang disesuaikan dengan konsumen segmen tersebut.



Menurut Kotler dan Armstrong (2012:191), variabel-variabel utama yang dapat digunakan untuk melakukan segmentasi pasar pada konsumen yaitu sebagai berikut :

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi pasar mengharuskan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, seperti Negara, Negara bagian, wilayah, provinsi, kota. Perusahaan dapat beroperasi dalam seluruh wilayah tetapi memberi perhatian pada variabel lokal. Berdasarkan segmentasi geografis, pasar yang akan dituju oleh *Homey Residence* adalah para pendatang dari luar Bekasi yang ingin tinggal di Kota Bekasi yang bertujuan untuk bekerja atau kuliah di daerah kota Bekasi dan sekitarnya.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis membagi pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel-variabel demografis, yaitu :

- a. Usia dan tahap siklus hidup, yaitu membagi pasar ke dalam kelompok usia dan siklus hidup yang berbeda. Kebutuhan dan keinginan konsumen berubah seiring dengan perubahan usia.
- b. Jenis kelamin, yaitu membagi pasar ke sejumlah kelompok yang berbeda-beda menurut jenis kelamin.
- c. Pendapatan, yaitu membagi suatu pasar ke dalam sejumlah kelompok pendapatan yang berbeda-beda.

Berdasarkan segmentasi demografis, *Homey Residence* memfokuskan pada wanita berusia 18-50 tahun, baik pekerja dengan pendapatan di atas Rp 3.000.000 per bulan maupun mahasiswi yang penghasilan orang tuanya di atas Rp 5.000.000 per bulan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



G. Ramalan Industri dan Pasar

Menurut Kotler dan Keller (2012:87), “Peramalan pasar adalah permintaan pasar yang berhubungan dengan tingkat pengeluaran pemasaran yang sebenarnya akan terjadi”.

Peramalan pasar juga menunjukkan permintaan pasar yang diduga bukan permintaan pasar maksimum. Perusahaan mengasumsikan bahwa semakin rendah persentase produk, semakin tinggi potensi pasar. Tujuan melakukan ramalan industri adalah untuk membuat perkiraan permintaan terhadap suatu produk dan jasa dengan memperkirakan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Target pasar yang akan dituju oleh *Homey Residence* adalah di daerah Bekasi. Penduduk yang dimaksud adalah mencakup perempuan terutama pegawai dan mahasiswa.

Menurut tabel 2.5, daerah yang memiliki jumlah penduduk 2.523.032 jiwa ini merupakan daerah yang sedang berkembang dengan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Oleh karena itu, *Homey Residence* melihat peluang yang relatif besar untuk menyediakan kebutuhan kamar kost bagi kawasan ekonomi ini dan masyarakat di sekitarnya.

Tabel 2.5

Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kecamatan 2014

| Kecamatan <i>Sub Regency</i> | Jenis Kelamin S e x | Rasio Jenis |
|---------------------------------|------------------------|----------------|
|---------------------------------|------------------------|----------------|



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

| | Laki-laki <i>Male</i> | Perempuan <i>Female</i> | Jumlah <i>Total</i> | Kelamin <i>Sex Ratio</i> | |
|--------------------------|--------------------------|----------------------------|------------------------|-----------------------------|-----|
| | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| 1. Pondokgede | 134.188 | 133.122 | 267310 | 100.80 | |
| 2. Jatisampurna | 58.543 | 58.627 | 117.170 | 99.86 | |
| 3. Pondokmelati | 70.186 | 69.5389 | 139.725 | 100.93 | |
| 4. Jatiasih | 109.423 | 106837 | 216.260 | 102.42 | |
| 5. Bantargebang | 55.274 | 49.745 | 105.019 | 111.11 | |
| 6. Mustikajaya | 94.404 | 92.825 | 187.229 | 101.70 | |
| 7. Bekasi Timur | 130.332 | 125.596 | 255.928 | 103.77 | |
| 8. Rawalumbu | 113.192 | 114.006 | 227.198 | 99.29 | |
| 9. Bekasi Selatan | 107.721 | 107.329 | 215.050 | 100.37 | |
| 10. Bekasi Barat | 145.333 | 140.809 | 286.142 | 103.21 | |
| 11. Medansatria | 86.742 | 85.027 | 171.769 | 102.02 | |
| 23. Bekasi Utara | 169.378 | 164.854 | 334.232 | 102.74 | |
| Kota Bekasi 1) | 1.274.716 | 1.248.316 | 2.523.032 | 102.11 | |
| Tahun 2014 ²⁾ | 1.240.159 | 1.213.169 | 2.453.328 | 102,22 | |
| Tahun 2013 ³⁾ | 1.205.688 | 1.178.344 | 2.384.032 | 102,32 | |
| Tahun 2012 ³⁾ | 1.131.418 | 1.125.100 | 2.256.518 | 100,56 | |

Sumber: <https://bekasikota.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/3>
(diakses 15 May 2016)

Keterangan/Note: ¹⁾ Hasil Proyeksi SP 2010,
²⁾ Hasil SP 2010,
³⁾ Hasil Proyeksi SP 2000.

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.