



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Pertumbuhan sebuah industri sangatlah penting untuk kita ketahui agar kita dapat mengetahui apakah bisnis yang akan kita jalankan dapat berkembang atau tidak. Keselarasan antara pertumbuhan sebuah industri dan trend yang ada saat ini dapat meningkatkan peluang bisnis untuk mencapai sebuah kesuksesan dengan melihat daya beli konsumen terhadap barang atau jasa sebagai tolak ukur. Dengan industri yang semakin bertumbuh, menandakan bahwa sebuah bisnis juga memiliki peluang yang lebih besar untuk mengalami pertumbuhan. Trend bisnis pertanian khususnya dalam produksi padi di lampung tahun 2016 mengalami peningkatan karena selain kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat, pemerintah daerah maupun pusat juga sedang melakukan pengembangan terhadap produksi padi di lampung yang didukung oleh pernyataan pejabat sekretaris daerah provinsi lampung, Sutono (<http://lampung.antaranews.com/berita/292141/produksi-padi-lampung-diperkirakan-42-juta-ton>), “Produksi padi akan mengalami peningkatan sejalan dengan berbagai program yang dikururkan pemerintah pusat dan daerah. Diperkirakan sasaran produksinya sebesar 4,2 juta ton”. Selain itu, provinsi lampung juga direncanakan menjadi provinsi yang dapat melakukan swasembada beras pada tahun 2017 (<https://kupastuntas.co/berita-daerah-lampung/tulang-bawang/2016-09/lampung-kejar-target-swasembada-beras-2017/>).

Produksi padi di provinsi lampung pun setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pertumbuhan produksi padi di provinsi lampung dapat dilihat dalam gambar 3.1 :

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

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

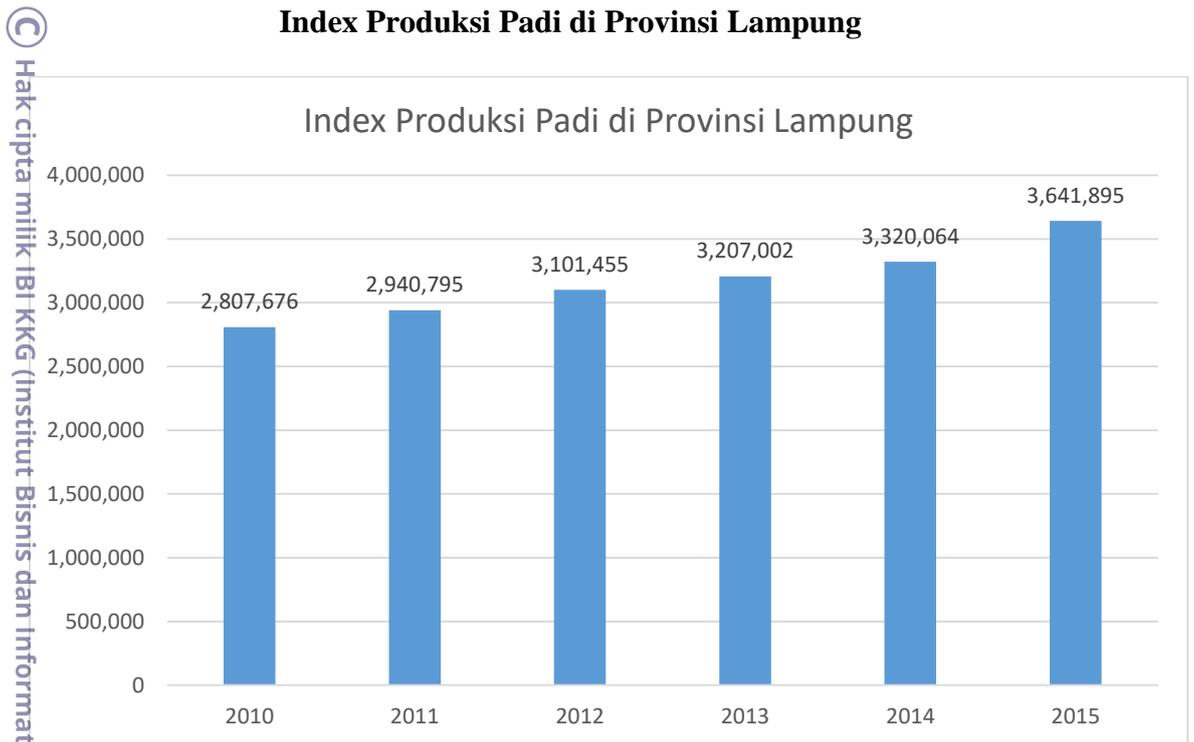
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Gambar 3.1

Index Produksi Padi di Provinsi Lampung



Sumber : Badan Pusat Statistik, 2016

B. Analisis Pesaing Langsung

Pesaing merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan sebuah bisnis. Para pesaing perlu kita identifikasi dengan tujuan agar kita dapat mengetahui kelemahan dan kelebihan dari para pesaing kita dan kita dapat menentukan strategi yang tepat sehingga kita dapat memenangkan persaingan. Pesaing terdiri dari pesaing langsung dan pesaing tidak langsung. Pesaing langsung adalah pesaing yang memiliki kesamaan dengan bisnis kita seperti produk, harga, dan fasilitas yang diberikan. Cara yang digunakan penulis dalam menganalisis pesaing adalah :

1. Melihat produk yang dihasilkan melalui observasi secara langsung.
2. Melihat harga yang ditetapkan melalui wawancara.
3. Melihat tempat produksi dan gudang melalui observasi secara langsung.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Setelah melihat produk, harga dan tempat produksi serta gudang, pesaing

yang telah diidentifikasi antara lain :

1. Penggilingan Padi Prass Jaya

Alamat : Jalan Cendana 2 No.61 RT.02 RW.01, Fajar Baru 1, Jati Agung, Lampung Selatan.

Telepon : 082375893276

2. Penggilingan Padi JTM

Alamat : Jalan Cendana 1 RT.02 RW.01, Jati Mulyo, Jati Agung, Lampung Selatan.

Telepon : 08127965339

Penggilingan Padi Prass Jaya dan Penggilingan Padi JTM dapat dikategorikan sebagai pesaing langsung dikarenakan produk yang ditawarkan sama dan harga yang direntangkan juga sama sekitar Rp. 8.500 – Rp. 10.000.

C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan salah satu metode dari berbagai macam metode untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi kondisi eksternal sebuah perusahaan. Kondisi eksternal perusahaan perlu diidentifikasi agar kita dapat mengetahui, mengontrol dan mengerti dampak kondisi eksternal tersebut terhadap perusahaan kita sehingga kita dapat menentukan strategi untuk menghadapi dampak tersebut. Analisis ini biasa digunakan untuk perusahaan yang baru akan terbentuk atau perusahaan yang akan meluncurkan produk baru atau perusahaan yang ingin memasarkan produknya ke wilayah yang baru dan perusahaan yang akan memasuki pasar yang baru. Analisis PESTEL terdiri dari *Political, Economic, Social,*

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.

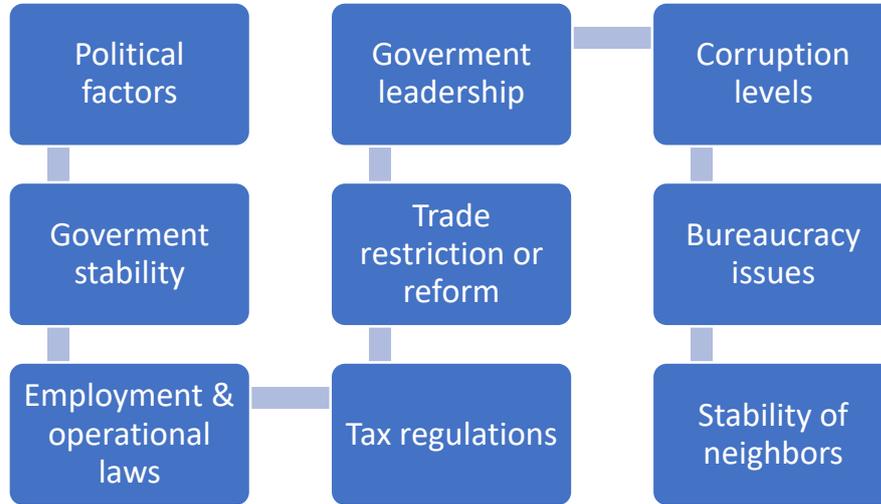
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Technological, Enviromental dan Legal. Berikut adalah analisis PESTEL

② penggilingan padi Lampung Makmur :

1. *Political factors*



Faktor politik dapat diartikan sebagai faktor yang melibatkan dan yang berkaitan pemerintah. Menteri PPN / kepala Bappenas Bambang Brodjonegoro menyampaikan penjelasan seputar pertumbuhan ekonomi di indonesia. Pada acara konferensi pers yang disampaikan di Gedung Direktorat Jendral Pajak, ada 4 hal yang disampaikan. Hal yang keempat yang disampaikan adalah mendorong pertumbuhan ekonomi sisi produksi dengan menitikberatkan pada beberapa sektor. Hal pertama yang disampaikan adalah sektor pertanian. (<http://www.bappenas.go.id/id/berita-dan-siaran-pers/siaran-persmencapai-pertumbuhan-ekonomi-53-serta-pengurangan-tpt-53-56-dan-tingkat-kemiskinan-95-105-pada-2017/>). “Pertumbuhan sektor pertanian akan didukung oleh kebijakan yang diarahkan untuk meningkatkan produksi dalam negeri melalui intensifikasi pertanian untuk menuju kedaulatan pangan. Pada 2017, sektor pertanian diharapkan tumbuh sebesar 3,9 persen dengan target produksi padi sebesar 77 juta ton. Berbagai upaya yang akan dilakukan pemerintah untuk meningkatkan produksi padi di

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.

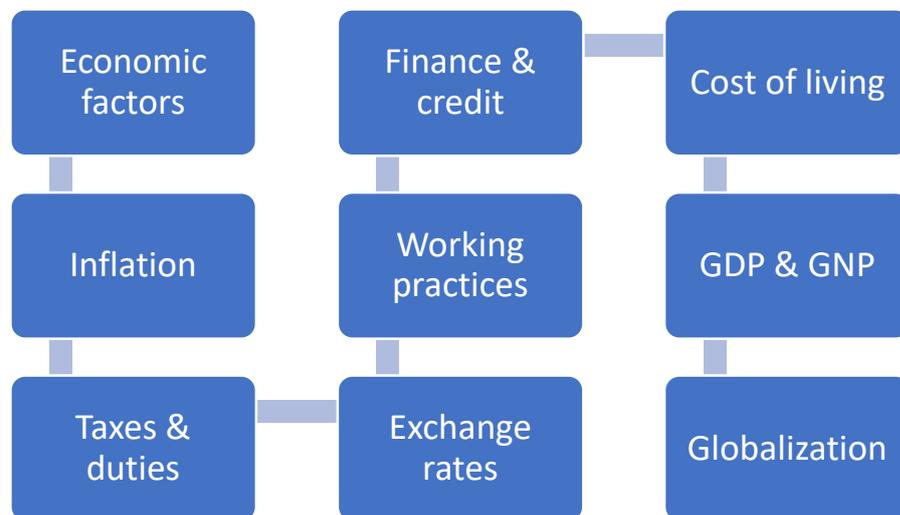
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



antaranya adalah: 1) Pencetakan sawah baru dan perluasan areal pangan lain; 2) Rehabilitasi dan perluasan jaringan irigasi, rehabilitasi DAS hulu, pembangunan waduk dan embung; 3) Pengendalian konversi lahan dan sertifikasi lahan; 4) Pemutakhiran teknologi untuk peningkatan produktivitas pertanian; 5) Optimalisasi lahan dan pemulihan kesuburan lahan; 6) Reformasi subsidi pupuk dan benih; 7) Bantuan alat dan mesin pertanian; 8) Perbaikan statistik pertanian-perikanan; serta 9) Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pertanian/perikanan”.

Keadaan politik merupakan sebuah peluang untuk mendirikan dan mengembangkan usaha pada sektor pertanian. Kebijakan tersebut dapat mempermudah pendirian usaha pada sektor pertanian sehingga usaha tersebut dapat berjalan optimal dan maksimal.

2. *Economic factors*



Terjadi peningkatan PDRB / *Product Domestic Regional Bruto* wilayah Lampung atas dasar harga berlaku menurut pengeluaran. Berikut adalah tabel PDRB wilayah Lampung atas dasar harga berlaku menurut pengeluaran tahun 2013 – 2015 :

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

Tabel 3.1

**PDRB wilayah Lampung atas dasar harga berlaku menurut
pengeluaran, 2013 – 2015 (Juta Rupiah)**

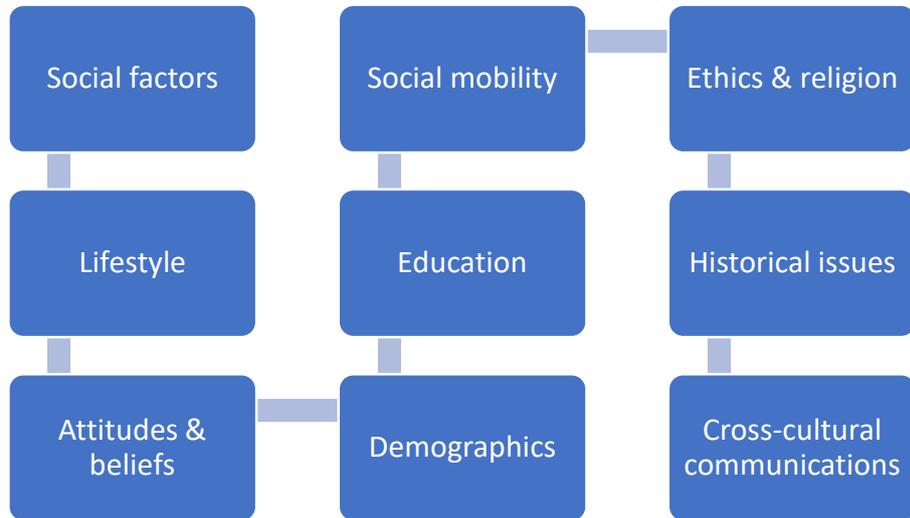
PDRB penggunaan	2013	2014	2015
Pengeluaran konsumsi rumah tangga	125.242.184	138.464.983,40	153.233.045,70
Pengeluaran konsumsi pemerintah	18.426.476,90	20.697.888,09	24.504.966,20
Konsumsi individu	6.727.714,49	7.485.926	8.943.942,80
Pengeluaran konsumsi LNPRT	2.588.362,90	2.993.650,90	3.447.905,40
Konsumsi kolektif	11.698.762,41	13.211.962,09	15.561.023,40

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2016

Peningkatan dari tabel diatas membuktikan bahwa pengeluaran masyarakat akan konsumsi mengalami peningkatan setiap tahun. Artinya masyarakat mengalami peningkatan ekonomi maupun jumlah masyarakatnya sehingga konsumsi terhadap masyarakat juga meningkat. Peningkatan tersebut membawa dampak positif bagi usaha penggilingan padi Lampung Makmur

sehingga usaha tersebut dapat berkembang dan dapat melakukan promosi dan penjualan dengan lebih gencar.

3. *Social factors*



Gaya hidup masyarakat semakin berkembang di seluruh daerah. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan gaya hidup masyarakat. Salah satu contohnya adalah dengan munculnya rumah makan dengan bahan dasar beras yang diolah dengan berbagai macam olahan. Selain itu, pendidikan dan pengetahuan masyarakat juga semakin berkembang. Dengan adanya gaya hidup dan pengetahuan yang semakin berkembang, masyarakat akan lebih selektif dalam memilih sebuah produk. Produk yang diinginkan oleh masyarakat adalah produk yang memiliki kualitas yang baik. Hal tersebut dapat menambah peluang usaha penggilingan padi lampung makmur karena kualitas dari produk ini baik dan bersih sehingga masyarakat akan lebih percaya dan loyal dengan produk dari usaha ini.

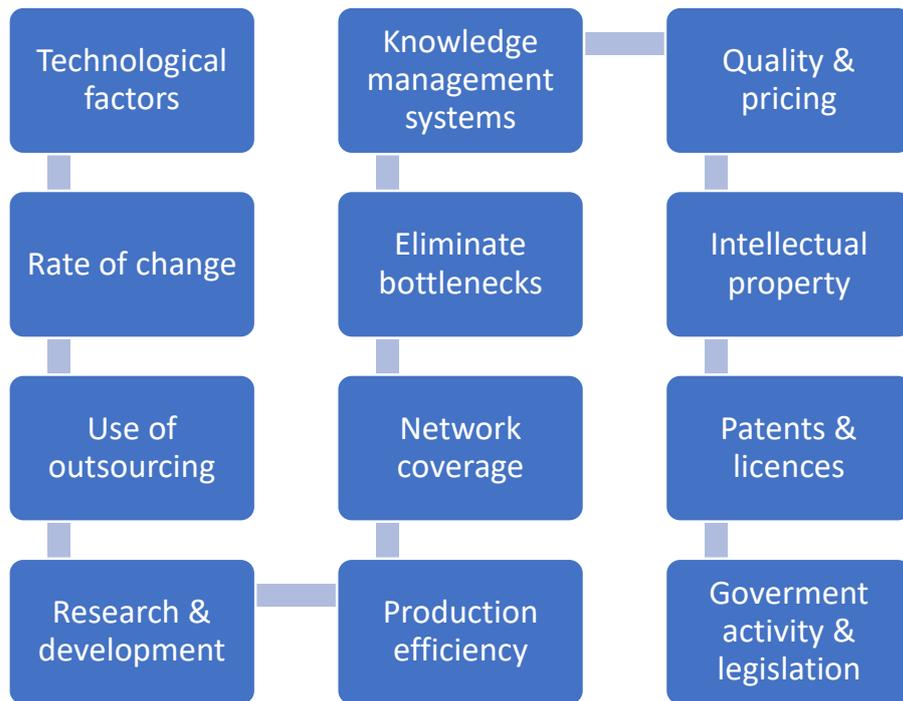
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.



4. Technological factors



Perkembangan teknologi yang semakin canggih dapat mempengaruhi perkembangan sebuah bisnis. Pada jaman sekarang ini, semua fasilitas yang diberikan terhadap sebuah bisnis semuanya menggunakan teknologi yang terbaru dengan tujuan agar konsumen tertarik terhadap produk yang ditawarkan. Salah satu faktor yang dipengaruhi oleh teknologi adalah pemasaran. Biasanya pemasaran ini dilakukan secara *online*. Selain mudah untuk diakses, *online* juga lebih inovatif dan kreatif dengan adanya media – media yang mendukung. Pada media tersebut, kita dapat mempromosikan produk kita dengan berbagai cara yang beraneka ragam. Tidak hanya itu, konsumen juga lebih memilih produk yang diproduksi menggunakan teknologi karena konsumen percaya bahwa dengan adanya bantuan teknologi, maka produk yang dihasilkan akan lebih bersih dan berkualitas. Hal tersebut dapat menambah peluang usaha penggilingan padi Lampung Makmur karena usaha ini menggunakan teknologi yang baru dan dapat

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

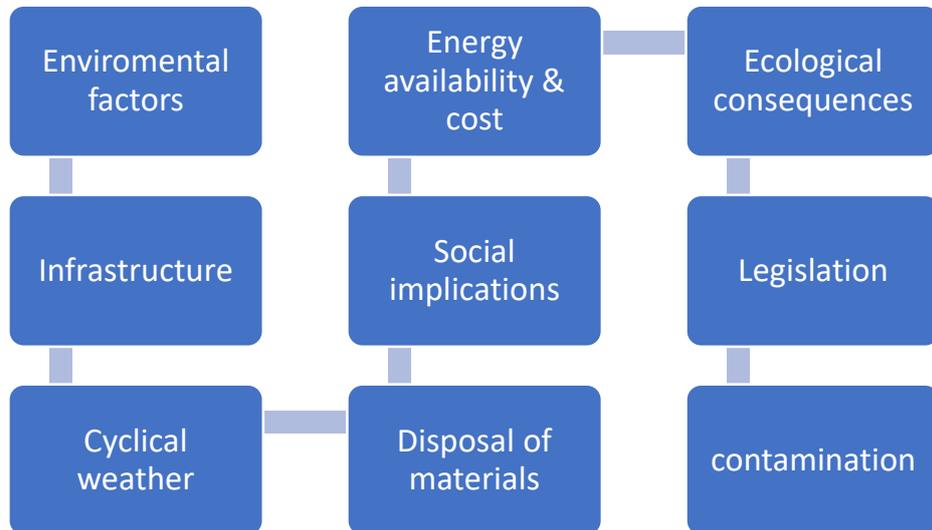
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada melalui penelitian dan pengembangan sehingga usaha ini terus berkembang dan masyarakat semakin puas dengan produk yang ditawarkan oleh usaha ini.

5. *Enviromental factors*



Lingkungan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan dalam sebuah bisnis. Banyak bisnis yang tidak melihat faktor lingkungan sehingga bisnis tersebut merusak lingkungan sehingga lingkungan menjadi tercemar. Akibatnya banyak wabah penyakit yang dapat menyerang lingkungan sekitarnya dan dapat menyebabkan kematian bagi makhluk hidup pada lingkungan yang tercemar tersebut. Banyak hal yang dapat merusak lingkungan seperti membuang sampah plastik sembarangan, membuang limbah sebelum dilakukan daur ulang, menggunakan pestisida yang berlebihan dan masih banyak hal lainnya. Penggunaan pestisida yang berlebihan dapat menimbulkan pencemaran tanah yang dapat membuat tanah menjadi tidak subur dan makhluk hidup yang tinggal disekitar tanah tersebut menjadi mati.

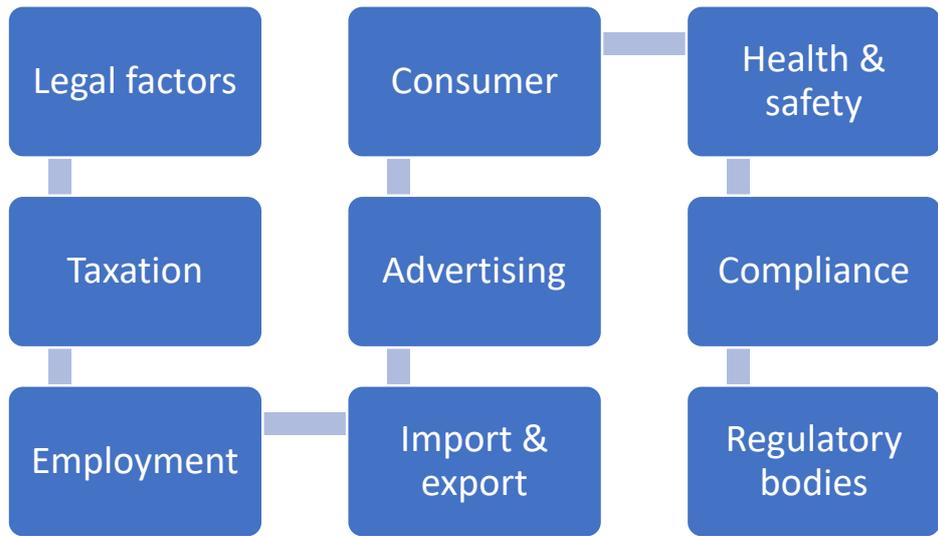


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Produk kami tidak menggunakan pestisida secara berlebihan dan tidak menggunakan bahan pengawet dan pemutih karena kami menjaga dan memperhatikan lingkungan sekitar sehingga produk kami adalah produk yang alami dan produk yang menyehatkan. Hal ini merupakan salah satu keunggulan dari produk kami dibandingkan produk lainnya.

6. *Legal factors*



Dalam mendirikan sebuah usaha / bisnis, kita harus mengetahui aturan apa saja yang berlaku dan apa saja yang dibutuhkan agar bisnis kita dapat berdiri sesuai dengan aturan yang berlaku. Dalam bisnis penggilingan padi, kita membutuhkan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP). Menurut menteri perindustrian dan perdagangan republik indonesia dalam keputusan menteri perindustrian dan perdagangan republik indonesia nomor : 289/MPP/kep/10/2001 tentang ketentuan standar pemberian Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) pasal 2 dan pasal 7 (<http://www.kemendag.go.id/>), setiap perusahaan yang melakukan kegiatan usaha perdagangan wajib memperoleh Surat Izin Usaha Perdagangan. Surat Izin Usaha Perdagangan terdiri dari : SIUP kecil, SIUP menengah dan SIUP besar. Perusahaan yang melakukan kegiatan Usaha Perdagangan dengan

© 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.

modal dan kekayaan bersih (netto) Perusahaan seluruhnya sampai dengan Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, wajib memperoleh SIUP kecil. Perusahaan yang melakukan kegiatan Usaha Perdagangan dengan modal disetor dan kekayaan bersih (netto) Perusahaan seluruhnya di atas Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, wajib memperoleh SIUP menengah. Perusahaan yang melakukan kegiatan Usaha Perdagangan dengan modal disetor dan kekayaan bersih (netto) Perusahaan seluruhnya diatas Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, wajib memperoleh SIUP besar. Berdasarkan peraturan yang berlaku, usaha penggilingan padi Lampung Makmur wajib memiliki SIUP kecil karena modal dan kekayaannya tidak mencapai Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah). Menurut Undang – Undang Republik Indonesia nomor 3 tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan pasal 1 (<http://jdih.kemendag.go.id>), daftar perusahaan adalah daftar catatan resmi yang diadakan menurut atau berdasarkan ketentuan Undang – Undang ini dan atau peraturan – peraturan pelaksanaannya, dan memuat hal – hal yang wajib didaftarkan oleh setiap perusahaan serta disahkan oleh pejabat yang berwenang dari kantor pendaftaran perusahaan. Dan menurut M. Rifki Ichtar (2014). Usaha penggilingan padi Lampung Makmur mengikuti prosedur dan peraturan yang berlaku agar usaha ini dapat resmi beroperasi, berdiri dan terdaftar secara hukum.

© 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.

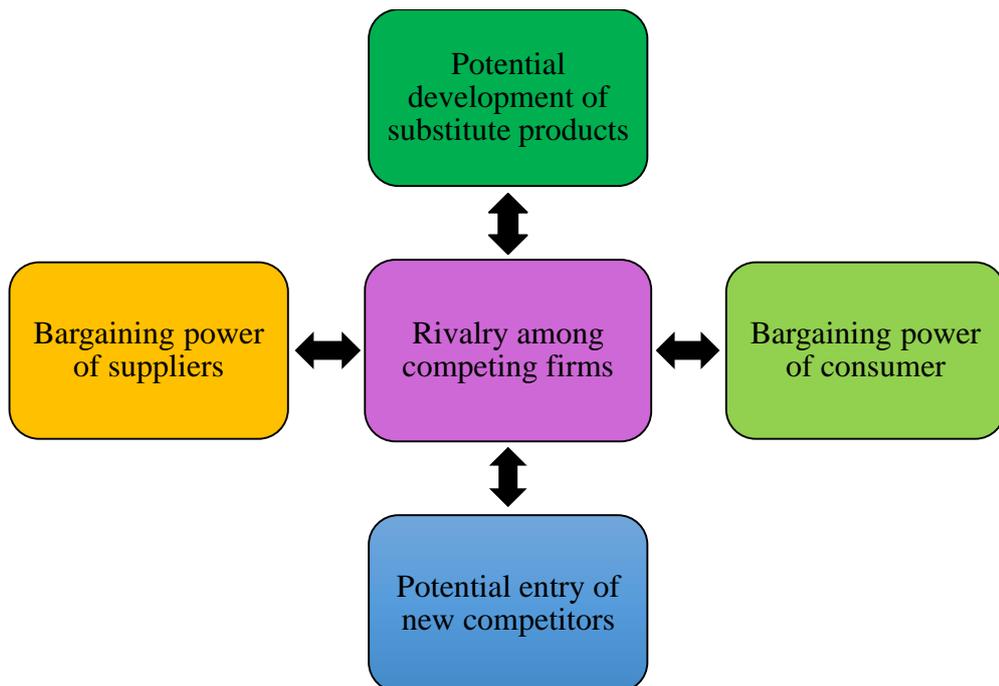


D. Analisis Lima Kekuatan Persaingan Porter

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2015 : 239), analisis ini banyak menggunakan pendekatan untuk mengembangkan strategi dalam sebuah industri / bisnis. Hal tersebut disebabkan karena adanya intensitas persaingan yang tinggi dan bervariasi secara luas pada seluruh industri / bisnis. Bisnis harus menarik agar dapat bertahan karena persaingan dalam bisnis sangat ketat dan brutal. Maka dari itu sebuah bisnis harus menganalisis pesaingnya agar dapat menentukan strategi untuk memenangkan persaingan. Menurut Porter, sifat daya saing dalam sebuah industri dapat dilihat dari 5 kekuatan yang telah dirumuskan sebagai berikut :

Gambar 3.2

Lima Kekuatan Persaingan Porter



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.



1. *Rivalry Among Competing Firms* : **Moderat**

Kekuatan ini merupakan kekuatan yang paling penting dan paling mempengaruhi sebuah bisnis diantara kekuatan kompetitif lainnya. Di dalam menghadapi sebuah persaingan dengan perusahaan lainnya, dibutuhkan strategi agar sebuah bisnis dapat memenangkan persaingan. Ada beberapa faktor yang dapat membantu agar sebuah bisnis dapat memenangkan persaingan. Faktor tersebut seperti : menurunkan harga, meningkatkan kualitas, menambahkan fitur dalam penyediaan layanan, meningkatkan iklan dan masih banyak faktor lainnya. Beberapa faktor tersebut dapat membuat konsumen mendapatkan kepuasan terhadap sebuah bisnis sehingga konsumen setia terhadap bisnis. Seiring berjalannya waktu, kebutuhan konsumen semakin meningkat dan jumlah perusahaan pun semakin meningkat. Artinya semakin banyak pesaing yang akan bermunculan untuk bersaing dengan bisnis lainnya.

Dalam bisnis penggilingan padi, konsumen mudah berpindah ke merek lain karena konsumen menginginkan produk yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan pokoknya. Apabila konsumen tidak puas dengan produk yang ditawarkan perusahaan, maka konsumen akan berpindah ke produk yang lain. Artinya *switching cost* dari bisnis ini cenderung tinggi.

2. *Potential Entry of New Competitors* : **Moderat**

Kekuatan ini merupakan kekuatan yang datang dari luar perusahaan. dalam sebuah bisnis, kita tidak hanya menjumpai perusahaan sejenis yang sudah ada tetapi kita akan menjumpai bisnis – bisnis yang sejenis dengan bisnis kita yang akan baru berdiri. Artinya bisnis tersebut adalah bisnis yang masih baru. Bisnis yang lama maupun bisnis yang baru merupakan pesaing

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 bisnis kita yang akan berpengaruh terhadap perkembangan bisnis yang kita punya. Pada umumnya, bisnis yang baru akan didirikan adalah bisnis yang masih kecil dan sederhana karena adanya keterbatasan modal. Kecuali bisnis baru tersebut masih mempunyai hubungan dengan perusahaan besar yang sudah lama berdiri. Biasanya apabila terjadi kasus seperti itu, antara perusahaan yang lama dengan yang baru memiliki keterkaitan sehingga perusahaan tersebut bekerja sama dan memperbesar keuntungan jangka panjang tetapi jumlahnya hanya sedikit saja. Rata – rata bisnis yang baru berdiri adalah bisnis yang modalnya masih terbatas.

Dalam bisnis penggilingan padi, banyak sekali petani yang membutuhkan jasa penggilingan padi karena para petani tidak bisa menggiling hasil panennya sendiri akibat keterbatasan modal. Tingkat konsumsi dari konsumen juga selalu mengalami peningkatan. Dengan melihat peluang ini, akan banyak pendatang baru untuk mendirikan bisnis penggilingan padi yang baru. Artinya peluang akan adanya pendatang baru terhadap bisnis ini cenderung tinggi.

3. *Potential Development of Substitute products* : **Rendah**

Kekuatan ini merupakan kekuatan yang dilihat dari perusahaan yang memproduksi produk yang tidak sejenis dengan bisnis kita tetapi perusahaan tersebut memproduksi produk yang memiliki kesamaan fungsi dengan bisnis kita. Produk seperti itu biasa disebut sebagai produk substitusi. Pada jaman dahulu, kebutuhan pokok konsumsi masyarakat tidak memiliki banyak variasi. Namun seiring berjalannya waktu, dengan adanya perkembangan teknologi dan pengetahuan masyarakat yang semakin berkembang serta masyarakat yang semakin lama semakin kreatif dan inovatif, maka kebutuhan

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



pokok konsumsi masyarakat menjadi beraneka ragam. Akibatnya masyarakat memiliki banyak pilihan untuk kebutuhan pokok konsumsinya dan daya beli masyarakat akan terbagi sesuai selera masyarakat sehingga dari banyaknya pilihan tersebut, bisnis yang memproduksi produk substitusi menjadi pesaing langsung.

Dalam bisnis penggilingan padi, kebutuhan masyarakat akan beras masih sangat tinggi khususnya di Indonesia mengingat di Indonesia sendiri, kebutuhan konsumsi pokok masyarakatnya mayoritas adalah nasi. Hanya sedikit masyarakat saja yang kebutuhan konsumsi pokok masyarakatnya selain nasi. Biasanya hanya masyarakat pendatang dari luar negeri. Di Indonesia, kebutuhan konsumsi pokok masyarakat lainnya hanya merupakan konsumsi pengganti saja. Artinya potensi dari barang substitusi terhadap bisnis ini cenderung rendah.

4. *Bargaining Power of Suppliers* : **Moderat**

kekuatan ini merupakan kekuatan yang dilihat dari pemasok. Pemasok memiliki pengaruh yang cukup penting dalam persaingan. Pemasok memiliki tingkat penawaran yang sangat tinggi yang seringkali sebuah bisnis kesulitan mencari pemasok yang tetap. Pemasok memiliki hak untuk menentukan harga dan pemasok akan mencari harga yang terbaik dan lebih menguntungkan untuk pemasok. Sedangkan banyak perusahaan bersaing untuk mendapatkan pemasok sehingga akan terjadi negosiasi yang sangat ketat. Pemasok akan memilih perusahaan yang dapat memberikan keuntungan yang paling tinggi diantara perusahaan lainnya.

Dalam bisnis penggilingan padi, yang menjadi pemasok adalah para petani itu sendiri yang memiliki hasil panen. Petani akan memilih tempat

© 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.



penggilingan yang dapat memberikan manfaat lebih kepada para petani. Kepuasan petani dapat memberikan dampak yang positif terhadap bisnis penggilingan padi karena petani akan secara terus – menerus memasok hasil panennya dan petani tersebut akan menjadi pemasok tetap untuk penggilingan padi tersebut. Artinya kekuatan dari pemasok untuk bisnis ini cenderung tinggi.

5. *Bargaining Power of Consumer* : **Moderat**

Kekuatan ini merupakan kekuatan persaingan yang berasal dari konsumen. Konsumen memiliki peran penting terhadap perusahaan. banyaknya perusahaan membuat konsumen semakin selektif dalam memilih perusahaan yang paling cocok untuk konsumen. Faktor – faktor yang menjadi pertimbangan konsumen biasanya adalah kualitas barang dan harga. Konsumen akan mencari perusahaan yang memiliki produk yang berkualitas dengan harga yang murah. Karena keduanya dianggap dapat menguntungkan konsumen. Perusahaan harus bersaing dengan perusahaan lainnya untuk mendapatkan konsumen karena konsumen adalah sumber pendapatan dari perusahaan sehingga perusahaan dapat maju dan berkembang menjadi perusahaan yang lebih besar.

Dalam bisnis penggilingan padi, konsumen akan mencari bisnis ini karena konsumen membutuhkan beras untuk mencukupi kebutuhan pokoknya. Konsumen mempunyai peranan penting terhadap kelangsungan hidup perusahaan dan perkembangan perusahaan karena konsumen merupakan sumber penghasilan bagi perusahaan. artinya kekuatan dari konsumen terhadap bisnis ini cenderung tinggi.

© 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.



Dari analisis tersebut, Penggilingan Padi Lampung Makmur dapat menentukan strategi yang dapat diterapkan untuk memenangkan persaingan. Strategi

yang dapat dilakukan adalah :

1. Menciptakan produk yang berkualitas yang dapat memberikan manfaat bagi konsumen.
2. Membangun loyalitas konsumen. Loyalitas dapat diartikan sebagai pembelian secara terus – menerus atau berkelanjutan. Untuk membangun loyalitas dibutuhkan kepuasan konsumen dan manajemen hubungan. Cara membangun manajemen hubungan adalah dengan melakukan promosi yang dapat menguntungkan konsumen seperti memberikan diskon dan harga khusus kepada konsumen yang telah berlangganan.
3. Menciptakan kerjasama yang saling menguntungkan kepada para petani sebagai pemasok dengan cara menjadikan para petani tersebut sebagai pemasok tetap sehingga petani dan Lampung Makmur memiliki penghasilan yang stabil.
4. Memberikan fasilitas yang dapat memudahkan masyarakat untuk mendapatkan produk melalui website dan media sosial untuk memesan produk serta jasa *delivery* untuk mengantarkan produk.
5. Menentukan harga yang sesuai dengan kesanggupan masyarakat untuk membeli produk.

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

E Analisis Posisi dalam Persaingan

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016 : 359), ada 4 analisis posisi dalam persaingan. Posisi tersebut diklasifikasikan berdasarkan besarnya pangsa pasar dalam sebuah bisnis. Dengan adanya analisis ini, sebuah bisnis dapat



mengetahui posisi bisnisnya dan dapat menentukan strategi bersaing secara tepat sehingga sebuah bisnis dapat bertahan dan mengalahkan para pesaingnya. Posisi tersebut yaitu *market leader strategies*, *market challenger strategies*, *market follower strategies* dan *market nicher strategies*.

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. *Market Leader Strategies*

Dalam posisi ini, bisnis berperan sebagai penguasa pangsa pasar yang paling besar. Hal tersebut bisa terjadi karena bisnis tersebut sudah mempunyai *brand* yang sudah besar dan terkenal. Faktor – faktor yang dapat memperbesar pangsa pasar untuk menjadi pemimpin dalam sebuah bisnis adalah adanya perubahan harga, promosi yang menarik, dan terciptanya produk yang baru. Apabila faktor tersebut dapat dijalankan perusahaan terutama perusahaan yang sudah terkenal, maka perusahaan tersebut akan mempunyai kesempatan yang besar untuk bisa menguasai pangsa pasar dan menjadi pemimpin dalam bisnis.

2. *Market Challenger Strategies*

Dalam posisi ini, bisnis berperan sebagai penantang dimana sebuah bisnis akan berusaha untuk menantang bisnis lainnya untuk memenangkan pangsa pasar dan mencapai posisi pemimpin. Bisnis pada posisi ini biasanya memiliki semangat yang besar dan pemikiran yang kreatif dan inovatif serta memiliki tujuan yang jelas dan kuat agar bisa mendapatkan pangsa pasar yang sesuai dengan target.

3. *Market Follower Strategies*

Dalam posisi ini, bisnis berperan sebagai pengikut dimana sebuah bisnis akan berusaha untuk mengikuti strategi dari pemimpin untuk mendapatkan pangsa pasar dan menjaga bisnisnya supaya stabil. Biasanya

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.



bisnis dalam posisi ini melakukan duplikat baik dari segi produk, pemasaran dan kemasan dari bisnis yang sudah menjadi pemimpin untuk mendapatkan pangsa pasar. Meskipun bisnis tersebut melakukan duplikat, bisnis ini telah mengetahui strategi yang akan digunakan untuk bisa mendapatkan pangsa pasar. Salah satunya adalah dengan menggunakan *brand* yang mirip dengan bisnis yang sudah terkenal.

4. *Market Nicher Strategies*

Dalam posisi ini, bisnis berperan sebagai ceruk dimana sebuah bisnis menghindari persaingan dengan bisnis yang sudah terkenal dan sudah memiliki pangsa pasar yang besar. Pangsa pasar yang menjadi target dalam bisnis pada posisi ini adalah pangsa pasar yang kecil yang tidak dimanfaatkan oleh perusahaan yang besar. Meskipun pangsa pasarnya tidak besar, tetapi strategi ini dapat menjamin keberlangsungan hidup perusahaan dengan lebih aman tanpa adanya persaingan yang ketat. Strategi ini merupakan strategi yang aman karena menghindari persaingan.

Berdasarkan penjelasan tentang analisis posisi dalam persaingan diatas, bisnis Penggilingan Padi Lampung Makmur berada dalam posisi *Market Challenger Strategies* atau biasa disebut sebagai penantang karena bisnis ini merupakan bisnis yang baru dan belum memiliki pangsa pasar. Akan tetapi bisnis ini akan berusaha dan berjuang untuk mendapatkan pangsa pasar yang besar sehingga bisa menguasai pangsa pasar dan menjadi pemimpin.

Market Challenger Strategies memiliki beberapa strategi yang dapat dilakukan agar strategi tersebut bisa berjalan dengan baik dan bisa mendapatkan pangsa pasar yang sesuai dengan target dalam sebuah bisnis. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016 : 365), bisnis harus mengetahui siapa saja 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menjadi target untuk ditetapkan sebagai pesaing dan bisnis juga harus memilih strategi bersaing seperti apa yang cocok untuk dilakukan sesuai dengan targetnya.

Ada 4 target yang dapat ditetapkan sebagai pesaing oleh sebuah bisnis yang terdiri dari : *market leader, firms its own size that are not doing the job and are underfinanced, small local and regional firms* dan *the status quo*. Sedangkan strategi bersaing terdiri dari 5 jenis yaitu : *frontal, flank, encirclement, bypass* dan *guerilla attacks*.

Bisnis Penggilingan Padi Lampung Makmur menetapkan Market leader sebagai target yang akan menjadi pesaing karena bisnis ini mempunyai harapan yang besar untuk menjadi bisnis yang besar walaupun resikonya sangat tinggi untuk bisa memenangkan persaingan. Strategi bersaing dari bisnis ini adalah strategi *frontal attack* dimana bisnis ini akan bersaing secara langsung dari segi kualitas barang, harga, pemasaran dan aspek lainnya yang mempengaruhi perkembangan sebuah bisnis tanpa adanya perantara ataupun pihak ketiga.

F. Analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM)

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2015 : 245), *competitive profile matrix* memiliki tujuan untuk mengidentifikasi pesaing atau kompetitor utama dari sebuah bisnis yang dilihat dari kekuatan dan kelemahannya yang berhubungan dengan nilai – nilai strategis yang dimiliki setiap bisnis. analisis ini dilakukan dengan menentukan faktor – faktor yang mempengaruhi keberhasilan sebuah bisnis terlebih dahulu yang kemudian akan diberi nilai pada setiap faktor. Nilai tersebut akan dikalikan dengan bobot yang sudah ditetapkan sehingga akan menciptakan angka akhir yang menjadi gambaran apakah sebuah bisnis dapat bersaing atau tidak. Semakin tinggi total angka yang didapat maka semakin baik karena kekuatan dari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



sebuah bisnis lebih banyak dibandingkan dengan kelemahannya. Setiap unsur akan disusun dan menjadi sebuah matriks dengan tujuan agar sebuah bisnis lebih mudah untuk mempelajari analisis dan dapat mengambil keputusan secara cepat dan tepat.

Unsur – unsur yang harus ada dalam membuat matriks analisis *competitive profile matrix* sebagai berikut :

1. *Critical Success Factors*

Critical Success Factors merupakan faktor – faktor yang menentukan keberhasilan sebuah bisnis. faktor ini sangat penting dalam mempertimbangkan sebuah keputusan yang akan diambil oleh sebuah bisnis. semakin banyak faktornya, maka semakin mudah sebuah bisnis untuk mengambil keputusan.

2. *Weight*

Weight merupakan bobot nilai untuk mengukur faktor – faktor yang menentukan keberhasilan sebuah bisnis mulai dari yang memiliki pengaruh paling besar hingga yang memiliki pengaruh paling kecil terhadap keberhasilan sebuah perusahaan. Total bobot harus sama dengan 1,00

3. *Rating*

Rating merupakan angka yang diberikan perusahaan untuk menilai dan dari nilai tersebut dapat dilihat mana yang menjadi kekuatan dan mana yang menjadi kelemahan di dalam sebuah perusahaan dimana 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor dan 1 = kelemahan utama. Angka tersebut yang akan menjadi penentu kekuatan dan kelemahan dari sebuah bisnis.

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.



4. *Weighted Score*

Weighted Score atau nilai tertimbang merupakan hasil yang didapat antara masing – masing *Rating* dan masing – masing *Weight* yang dikalikan dan menciptakan angka baru sebagai hasil dalam menentukan kekuatan dan kelemahan dari masing – masing *Critical Success Factors* dalam sebuah bisnis.

5. *Total Weighted Score*

Total Weighted Score merupakan hasil dari seluruh penjumlahan dari *Weighted Score* dari masing – masing bisnis yang sudah dianalisis. Semakin tinggi nilai yang diperoleh, maka semakin baik kualitas bisnisnya.

Berikut adalah analisis *Competitive Profile Matrix* dari bisnis Penggilingan

Padi Lampung Makmur :

Tabel 3.2

***Competitive Profile Matrix* Penggilingan Padi Lampung Makmur**

<i>Critical Success Factors</i>	<i>Weight</i>	Harapan Lampung Makmur		Prass Jaya		JTM	
		<i>Rating</i>	<i>Weighted Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Weighted score</i>	<i>Rating</i>	<i>Weighted score</i>
Teknologi	0,22	4	0,88	2	0,44	2	0,44
Strategi Pemasaran	0,17	4	0,68	3	0,51	3	0,51
Kualitas Produk	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Harga	0,13	1	0,13	4	0,52	2	0,26
Fasilitas	0,12	3	0,36	2	0,24	2	0,24
kemasan	0,07	2	0,14	2	0,14	2	0,14
pelayanan	0,05	3	0,15	2	0,10	2	0,10
Reputasi	0,04	1	0,04	3	0,12	3	0,12
Pengalaman	0,03	1	0,03	3	0,09	3	0,09
Loyalitas konsumen	0,02	1	0,02	3	0,06	3	0,06
TOTAL	1,00		2,88		2,67		2,41

Sumber : Data yang diolah



Berdasarkan analisis di atas, dapat dilihat bahwa Lampung Makmur mendapatkan angka yang lebih tinggi dibandingkan dengan Prass Jaya dan JTM. Namun angka dari Lampung Makmur merupakan angka yang diharapkan karena bisnis tersebut belum berjalan dan masih rencana. Walaupun masih rencana, angka tersebut membuktikan bahwa bisnis Lampung Makmur mampu bersaing dengan para pesaing yang sudah ada dan angka dalam analisis tersebut tidak menjamin bahwa sebuah bisnis dengan angka yang tinggi bisa berkembang dan sukses. Tetapi angka tersebut hanya membantu sebuah bisnis untuk menentukan kekuatan dan kelemahan sehingga sebuah bisnis dapat melakukan evaluasi sehingga lebih mudah untuk mengambil sebuah keputusan.

Lampung Makmur memiliki kekuatan utama yaitu dari segi teknologi dan strategi pemasaran karena bisnis ini adalah bisnis baru sehingga teknologi yang digunakan lebih modern dan pemasaran yang dilakukan akan lebih gencar dengan adanya dukungan dari perkembangan teknologi seperti internet. Selain mempunyai kekuatan utama, Lampung Makmur juga memiliki kelemahan utama yaitu dari segi harga, reputasi, pengalaman dan loyalitas konsumen karena bisnis ini merupakan bisnis yang baru sehingga belum memiliki pengalaman dan reputasi serta loyalitas konsumen dan bisnis ini membuat target agar modal usaha yang telah diinvestasikan dapat kembali dengan cepat sehingga bisnis dapat berjalan dan mampu melakukan manajemen keuangan dengan baik.

G Analisis SWOT

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2015 : 259), matriks SWOT adalah sebuah alat yang sangat penting untuk membantu sebuah bisnis mengembangkan 4 tipe strategi sebagai berikut :

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. Strategi SO (*Strength – Opportunities*) menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan kesempatan dari peluang eksternal.
2. Strategi WO (*Weakness – Opportunities*) fokus untuk memperbaiki kelemahan internal dengan mengambil kesempatan atas peluang eksternal.
3. Strategi ST (*Strength – Threats*) menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal
4. Strategi WT (*Weakness – Threats*) adalah taktik bertahan yang ditujukan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

Berikut adalah analisis SWOT dari Lampung makmur :

1. *Strength* / Kekuatan

Strength / Kekuatan adalah kelebihan dari dalam / internal perusahaan yang dimiliki untuk dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. *Strength* dari Lampung makmur sebagai berikut :

- a. Menghasilkan produk yang berkualitas tinggi

Lampung Makmur membuat produk dengan kualitas yang tinggi yang telah diuji langsung oleh badan yang mempunyai wewenang dalam menguji kualitas produk sebuah bisnis.

- b. Menggunakan teknologi yang modern

Lampung Makmur menggunakan teknologi yang modern dalam membuat produk. Dengan adanya teknologi yang canggih dan modern, produk yang dihasilkan Lampung Makmur akan lebih terjamin kualitasnya dan kebersihannya dan konsumen akan lebih tertarik dengan produk yang dihasilkan Lampung Makmur.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

c. Menyediakan layanan yang terbaik

Lampung Makmur menyediakan layanan yang dapat mempermudah konsumen untuk mendapatkan produk, mulai dari menyediakan website dengan tampilan yang menarik dan respon yang cepat hingga menggunakan *sales* yang sopan, disiplin dan ramah terhadap konsumen sehingga konsumen merasa nyaman dan puas.

d. Strategi promosi yang gencar

Lampung Makmur akan melakukan promosi yang gencar baik secara langsung maupun tidak langsung. Promosi langsung yang digunakan Lampung Makmur adalah dengan menunjukkan contoh produk kepada konsumen dan memberikan harga spesial untuk pelanggan dari Lampung Makmur. Sedangkan promosi tidak langsung yang digunakan Lampung Makmur adalah dengan menyebarkan informasi dan poster melalui media sosial sehingga konsumen bisa mendapatkan informasi secara cepat dan akurat.

e. Memberikan fasilitas yang nyaman

Fasilitas dalam sebuah bisnis, dapat mempengaruhi perkembangan bisnis itu sendiri. Salah satu manfaat yang didapatkan adalah kepuasan konsumen. Lampung Makmur menyediakan beberapa fasilitas yang nyaman bagi konsumen maupun rekan kerja seperti ruang tunggu dan jasa *delivery*.

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.



2. *Weakness* / Kelemahan

Weakness / Kelemahan adalah suatu hal yang masih kurang baik dari dalam / internal perusahaan yang menghambat perusahaan untuk bersaing dengan para pesaing / kompetitor. *Weakness* dari Lampung Makmur sebagai berikut :

a. Belum memiliki reputasi

Lampung Makmur belum memiliki reputasi yang mengakibatkan konsumen masih ragu dengan produk yang ditawarkan Lampung Makmur. Mengingat bisnis ini merupakan bisnis yang baru sehingga bisnis ini harus mulai dari awal untuk mendapatkan reputasi dan kepercayaan konsumen.

b. Belum memiliki pengalaman

Dalam membangun bisnis ini, penulis belum memiliki pengalaman secara langsung di lapangan yang dapat mengakibatkan penulis tidak dapat memberikan kepuasan yang maksimal kepada para konsumennya.

c. Loyalitas konsumen belum terbentuk

Sebagai pendaatang baru, konsumen belum loyal terhadap bisnis ini karena konsumen belum sepenuhnya percaya dengan bisnis ini yang mengakibatkan pendapatan dari bisnis ini tidak stabil.

d. Harga yang lebih tinggi

Harga merupakan salah satu faktor yang paling sensitif bagi masyarakat dalam membeli sebuah produk. Masyarakat biasanya akan memilih produk dengan harga yang lebih murah. Hal ini juga dapat menjadi kelemahan bagi Lampung Makmur karena harga



produk Lampung Makmur lebih tinggi daripada harga produk lain mengingat biaya produksi Lampung Makmur yang masih tinggi.

e. Kemasan yang masih standar

Kemasan sebuah produk dalam sebuah bisnis, dapat menjadi daya tarik untuk konsumen. Biasanya kemasan akan dibuat dengan kreatif dan inovatif agar konsumen dapat tertarik dengan produk tersebut. Lampung Makmur menggunakan kemasan yang masih standar sehingga kurang menarik perhatian konsumen.

3. *Opportunities* / Peluang

Opportunities / Peluang adalah sebuah kesempatan yang muncul dari luar / eksternal perusahaan yang dapat dimanfaatkan untuk kemajuan perusahaan. *opportunities* dari Lampung Makmur adalah sebagai berikut :

a. Meningkatnya jumlah konsumsi masyarakat

Dengan adanya peningkatan konsumsi masyarakat, produk dari bisnis ini akan semakin diminati oleh masyarakat karena produk yang dihasilkan dari bisnis ini merupakan kebutuhan pokok masyarakat yang setiap masyarakat pasti membutuhkan produk ini sehingga Lampung Makmur memiliki kesempatan yang lebih besar untuk meningkatkan penjualan.

b. Dukungan dari pemerintah

Dengan adanya dukungan dari pemerintah untuk meningkatkan sektor pertanian khususnya beras karena adanya target untuk menjadikan Indonesia sebagai negara swasembada beras, Lampung Makmur akan lebih mudah untuk mendirikan dan mengembangkan usahanya.

© 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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c. Teknologi yang semakin berkembang

Perkembangan teknologi yang semakin lama semakin canggih membawa dampak yang positif untuk bisnis ini yang memungkinkan konsumen akan semakin mudah untuk menjangkau dan mendapatkan produk dari bisnis ini melalui media sosial maupun website yang disediakan oleh Lampung Makmur.

d. Gaya hidup yang semakin berkembang

Gaya hidup yang semakin berkembang dapat mengakibatkan masyarakat yang lebih konsumtif sehingga masyarakat lebih loyal terhadap sebuah produk. Dengan adanya perkembangan ini, Lampung Makmur memiliki kesempatan yang lebih besar untuk memanfaatkan gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif untuk mengembangkan bisnis ini.

4. *Threats* / Ancaman

Threats / Ancaman adalah suatu hal yang muncul dari luar / eksternal perusahaan yang dapat mengancam ekstitensi sebuah usaha. *Threats* dari Lampung Makmur adalah sebagai berikut :

a. Jumlah pesaing yang banyak

Kebutuhan konsumsi masyarakat semakin lama semakin bertambah banyak. Dari keadaan tersebut, banyak pelaku bisnis yang memanfaatkan keadaan tersebut sebagai peluang bisnis sehingga bisnis ini banyak dijumpai dan persaingan akan semakin ketat. Hal ini merupakan ancaman bagi Lampung Makmur karena para pesaing dapat mengambil pangsa pasar yang dimiliki oleh Lampung Makmur.

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. Munculnya berbagai macam barang substitusi

Dengan munculnya inovasi – inovasi baru mengenai barang substitusi yang lebih menarik dan beraneka ragam jenisnya seperti kentang dan singkong, konsumen memiliki potensi untuk beralih ke produk substitusi tersebut sebagai konsumsi mereka.

c. Masuknya produk impor

Mudahnya produk impor yang masuk ke Indonesia menjadi ancaman bagi Lampung Makmur. Ada beberapa konsumen yang lebih mempercayai produk impor daripada produk lokal sehingga produk impor mampu mengambil pangsa pasar dari Lampung Makmur.

Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas, dapat dikembangkan menjadi strategi sebagai berikut :

1. Strategi SO (*Strength – Opportunities*)

a. Mengembangkan website dan media sosial yang kreatif dan inovatif (S2, S3, S4, O3)

Adanya teknologi yang semakin maju dan berkembang dapat memudahkan sebuah bisnis untuk melakukan berbagai macam kegiatan yang mampu memperbesar sebuah bisnis. Lampung Makmur menyadari bahwa website dan media sosial dapat membantu bisnis ini mendapatkan dan menjangkau pangsa pasar yang ada secara cepat dan mudah untuk diakses dan dimengerti oleh para konsumen. Maka dari itu Lampung Makmur akan melakukan pengembangan terhadap website dan media sosial yang kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan pengetahuan dan teknologi yang sudah tersedia tanpa harus mengeluarkan biaya untuk melakukan promosi.

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. Meningkatkan kuantitas produksi dan kualitas produk (S1, O1, O4)

Dengan melihat kondisi dari intensitas konsumsi masyarakat yang semakin meningkat dan gaya hidup masyarakat yang semakin modern, Lampung Makmur akan melakukan peningkatan produksi guna memenuhi permintaan konsumen yang semakin banyak. Selain melakukan peningkatan produksi, Lampung makmur juga akan melakukan peningkatan kualitas dari produk yang dihasilkan Lampung Makmur demi memenuhi kepuasan konsumen dengan harapan konsumen akan loyal terhadap bisnis ini.

2. Strategi WO (*Weakness – Opportunities*)

- a. Meningkatkan reputasi dengan bantuan teknologi yang modern (W1, O3)

Lampung Makmur merupakan bisnis yang baru sehingga bisnis ini belum memiliki reputasi dan belum dikenal oleh para konsumen. Dengan bantuan teknologi yang semakin modern, Lampung Makmur akan memanfaatkan teknologi untuk membantu bisnis ini mendapatkan reputasi dengan lebih mudah dan cepat. Dengan demikian, Lampung Makmur bisa meningkatkan reputasi dan dapat semakin dikenal oleh masyarakat.

- b. Menanyakan dan menerima kritik dan saran dari konsumen (W1, W2, W3, O3, O4)

Lampung Makmur menyadari bahwa bisnis ini masih banyak kekurangan dan kelemahan yang dapat menghambat bisnis ini untuk bisa berkembang. Untuk mengetahui kekurangan dan kelemahan tersebut, Lampung Makmur membutuhkan bantuan dari para

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



konsumen sebagai juri untuk memberikan penilaian terhadap bisnis ini. Lampung Makmur akan menanyakan dan menerima kritik dan saran yang diberikan konsumen karena penilaian konsumen dapat membuat bisnis ini menyadari kelemahan dan kekurangannya sehingga bisnis ini dapat memperbaiki kelemahan dan kekurangan tersebut agar bisnis ini dapat berkembang dengan lebih baik lagi.

3. Strategi ST (*Strength – Threats*)

- a. Meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan secara konsisten (S2, S3, T1, T2, T3)

Pelayanan yang diberikan oleh sebuah bisnis memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Dalam menjaga kualitas pelayanan dari Lampung Makmur agar tetap konsisten, penulis selaku pemilik bisnis ini akan memberikan pengarahan kepada seluruh staff tentang bagaimana melayani konsumen dengan baik agar konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan dari bisnis ini. Yang paling utama dalam pelayanan yang diarahkan penulis kepada staffnya adalah strategi 3S (Senyum, Sapa, Salam) dan juga kejujuran serta kedisiplinan dalam melakukan setiap tugas yang diberikan dengan tepat waktu. Setelah memberikan pengarahan, penulis juga melakukan pengawasan terhadap para staffnya agar penulis dapat mengetahui kinerja staffnya. Dengan begitu konsistensi kualitas pelayanan dari bisnis ini akan tetap terjaga.

© 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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- b. Melakukan pembelajaran dan pengembangan terhadap produk yang dihasilkan (S1, S2, T1, T2, T3)

Melakukan pembelajaran dan pengembangan terhadap sebuah produk merupakan salah satu cara untuk menjaga kualitas produk. Lampung Makmur akan terus melakukan pembelajaran serta pengembangan terhadap produknya agar bisnis ini dapat memperoleh pangsa pasar yang lebih besar. Meskipun produk yang dihasilkan tidak variatif, maka untuk menjaga konsistensinya, bisnis ini menitikberatkan pada kualitas produknya sebagai keunggulan dari bisnis ini untuk memenangkan persaingan. yang terpenting adalah produk dari bisnis ini dapat menyehatkan konsumen yang membuktikan produk dari bisnis ini memiliki kualitas yang baik.

4. Strategi WT (*Weakness – Threats*)

- a. Melakukan evaluasi terhadap bisnis secara berkala (W2, W4, W5, T1, T3, T4)

Evaluasi sangat penting dalam sebuah bisnis. evaluasi bertujuan agar sebuah bisnis dapat menentukan strategi selanjutnya yang akan dilakukan agar sebuah bisnis bisa menjadi lebih baik lagi. kritik dan saran yang diberikan konsumen menjadi pedoman Lampung Makmur untuk melakukan evaluasi. Hasil evaluasi akan menjadi pedoman penulis untuk mengambil keputusan dan menetapkan strategi agar bisnis bisa maju dan berkembang. Lampung Makmur juga akan melakukan evaluasi secara berkala minimal 1 minggu sekali.

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.

- b. Melakukan kunjungan terhadap perusahaan yang lebih berpengalaman (W2, W3, W4, T1, T4)

Kunjungan ini sangat dibutuhkan Lampung Makmur untuk mengetahui dan mempelajari budaya dari perusahaan yang sudah berpengalaman. Hal tersebut bertujuan untuk menambah wawasan Lampung Makmur agar bisnis ini dapat berkembang. Tidak semua pesaing dari sebuah bisnis bersifat negatif. Pesaing juga bisa menjadi mitra sehingga sebuah bisnis bisa saling menguntungkan.

© 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.





Tabel 3.3

TOWS Matrix Lampung Makmur

TOWS MATRIX	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>	
	1. Menghasilkan produk yang berkualitas tinggi	1. Belum memiliki reputasi	
	2. Menggunakan teknologi yang modern	2. Belum memiliki pengalaman	
	3. Menyediakan layanan yang terbaik	3. Loyalitas konsumen belum terbentuk	
	4. Strategi promosi yang gencar	4. Harga yang lebih tinggi	
	5. Memberikan fasilitas yang nyaman	5. Kemasan yang masih standar	
<i>Opportunities</i>	<i>SO</i>	<i>WO</i>	
1. Meningkatnya jumlah konsumsi masyarakat	1. Mengembangkan website dan media sosial yang kreatif dan inovatif (S2, S3, S4, O3)	1. Meningkatkan reputasi dengan bantuan teknologi yang modern (W1, O3)	
2. Dukungan dari pemerintah			
3. Teknologi yang semakin berkembang	2. Meningkatkan kuantitas produksi dan kualitas produk (S1, O1, O4)	2. Menanyakan dan menerima kritik dan saran dari konsumen (W1, W2, W3, O3, O4)	
4. Gaya hidup yang semakin berkembang			
<i>Threats</i>	<i>ST</i>	<i>WT</i>	
1. Jumlah pesaing yang banyak	1. Meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan secara konsisten (S2, S3, T1, T2, T3)	1. Melakukan evaluasi terhadap bisnis secara berkala (W2, W4, W5, T1, T3, T4)	
2. Munculnya berbagai macam barang substitusi			2. Melakukan pembelajaran dan pengembangan terhadap produk yang dihasilkan (S1, S2, T1, T2, T3)
3. Masuknya produk impor			

Sumber : Data yang diolah

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

Hak Cipta Ditindungi 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.