



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

Perkembangan teknologi yang semakin canggih merupakan bagian penting dari semua lapangan bisnis dewasa ini. Semua pelaku bisnis harus bisa memanfaatkan teknologi jika tidak ingin dunia bisnisnya tertinggal. Di sisi lain, teknologi juga mempersilahkan kita untuk melakukan percepatan pertumbuhan bisnis pada sektor apa pun. Dengan adanya teknologi, perusahaan dapat memberlakukan *growth hacking* karena adanya pasar global yang tak terbatas.

Saat ini sudah cukup banyak masyarakat yang melakukan pembelian paket perjalanan, tiket pesawat dan hotel melalui internet maupun aplikasi. Banyaknya *marketplace* yang muncul membuat konsumen dengan mudah melakukan transaksi. Apalagi media internet yang bebas akses memberikan waktu 24 jam bagi para pengunjung sehingga mereka bisa melihat kapan pun mereka mau. Kemudahan lainnya adalah pengunjung bebas membandingkan produk yang satu dengan yang lain sebelum mereka bertransaksi. Hal ini sangat penting bagi konsumen karena pemilihan barang yang tepat akan memberikan kepuasan tersendiri bagi mereka.

Selain perkembangan teknologi, industri pariwisata di tanah air juga terus berkembang pesat. Berbagai tempat wisata di Indonesia memiliki daya tarik masing-masing. Indonesia yang dikelilingi oleh berbagai pantai dan laut, pegunungan, serta wilayah di daerah pedalaman menjadi daya tarik bagi turis-turis. Tak heran tingkat kunjungan wisata di tanah air, baik wisatawan domestik maupun mancanegara terus

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



meningkat. Tidak seperti sebelumnya yang terkenal hanya lah Pulau Bali. Saat ini pariwisata lain di Indonesia sudah mulai diakui dunia.

Adanya potensi yang tinggi di industri pariwisata Indonesia tersebut membuat penulis melihat sebuah peluang untuk membuat *startup* yang mempermudah wisatawan untuk kegiatan berlibur.

B. Analisis Pesaing Sejati

Analisis pesaing atau yang disebut juga dengan *competitor analysis* mengacu pada bagaimana suatu perusahaan mengumpulkan dan menganalisis informasi-informasi yang dimiliki tentang pesaing-pesaingnya. Analisis ini memberikan gambaran tentang apakah saja yang terjadi dalam lingkungan luar khususnya tentang apa yang dilakukan pesaing serta bagaimana perusahaan merespon kondisi tersebut dengan strategi-strategi yang dilakukan perusahaan.

Dari hasil pengamatan penulis mengenai pesaing dalam industri bisnis ini, terdapat beberapa pesaing langsung yang akan dihadapi oleh CusTrip. Berikut adalah data pesaing langsung dari CusTrip:

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.



Tabel 3.1

Analisis Pesaing Sejati CusTrip

	TripTrus	Airbnb	CusTrip
Spesialisasi	<i>Marketplace travel organizer.</i>	<i>Homestay</i>	Akomodasi, transportasi, <i>local guide.</i>
Kelebihan	- Fokus dalam mempromosikan paket wisata domestik.	- Fokus dalam pencarian <i>homestay</i> . - Mudah dalam pembayaran.	- Pencarian akomodasi yang lebih murah. - Penyewaan transportasi lokal. - Ada layanan <i>local guide.</i>
Kekurangan	- Paket wisata yang sudah ditentukan oleh operator. - Tidak bebas dalam menjelajah tempat wisata.	- Halaman awal terlalu berbelit-belit untuk pencarian. - Pencarian hotel minim informasi.	- Harus mencari <i>locals</i> untuk bergabung.

Sumber: CusTrip

Dari tabel diatas, terlihat disetiap layanan memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. CusTrip akan memanfaatkan kekurangan yang dimiliki oleh layanan lain agar unggul dalam persaingan di industri ini.

© Hak dipta 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.



C. Analisis PESTEL

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

Dalam membangun dan mengembangkan suatu bisnis, sebaiknya harus memperhatikan lingkungan bisnis. Salah satu cara untuk menganalisis lingkungan eksternal yaitu dengan menggunakan analisis *Political, Economical, Social, Technological, Environmental dan Legal* (PESTEL). Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap CusTrip yang dilakukan oleh penulis:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Politik

Kondisi politik yang mendukung dan stabil di suatu negara sangat dibutuhkan demi kelangsungan usaha dan investasi, juga untuk pertumbuhan ekonomi termasuk usaha penyedia jasa pendidikan non-formal. Sebagai pelaku bisnis harus dapat memperhatikan kondisi politik, kebijakan pemerintah yang dapat berdampak terhadap bisnis untuk menentukan apakah ada peluang atau ancaman yang dapat berdampak pada usaha.

Meskipun kondisi politik di Indonesia tidak stabil namun kebijakan pemerintah (Kementerian Pariwisata) mendukung UKM bidang pariwisata dengan meresmikan *Wonderful Startup Academy*. *Wonderful Startup Academy* ini dibentuk atas kerjasama Kementerian Pariwisata, Kementerian Koperasi dan UKM, MarkPlus serta Telkom. Di mana *startup* bidang pariwisata akan diberi pelatihan dan modal. Arief Yahya, Menteri Pariwisata, mengatakan pengelolaan UKM dengan memanfaatkan teknologi digital lebih diunggulkan karena menekan biaya dan banyak UKM yang bisa dirangkul secara bersamaan.

Sumber: <https://travel.detik.com>.

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. Ekonomi

Kondisi ekonomi Indonesia yang mulai membaik dilihat dari adanya pertumbuhan ekonomi negara. Berdasarkan hal tersebut ini merupakan peluang bagi CusTrip dalam menjalankan usahanya, pertumbuhan ekonomi membuat masyarakat mampu menggunakan jasa *tour & travel*, adanya rencana pembangunan ekonomi yang terfokus juga menjamin perkembangan usaha ke depannya. Namun hal ini juga sekaligus menjadi ancaman, karena dengan ini dapat berpotensi muncul usaha *startup travel* lainnya.

3. Sosial

Perubahan yang terjadi di masyarakat seperti demografi, sosial, dan budaya akan berpengaruh pada pola konsumsi masyarakat yang kemudian akan berpengaruh pada produk dan jasa yang ditawarkan produsen. Faktor sosial dapat berupa kebiasaan normatif, gaya hidup, pola pikir, dan lain-lain. Hal tersebut dapat berubah karena pengaruh dari keluarga, teman, maupun lingkungan lainnya.

Dahulu melakukan perjalanan wisata jarang dilakukan karena berbagai faktor seperti keterbatasan waktu, informasi, dan sebagainya. Sekarang melakukan perjalanan wisata sudah menjadi hal yang wajib diikuti terutama oleh anak-anak muda yang ingin mendatangi tempat baru. Dengan berwisata, pikiran menjadi segar kembali, bertemu dengan orang-orang baru, dan manfaat lainnya. *Traveling* sekarang ini sudah bukan lagi menjadi hal mewah, tetapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masa kini. Sehingga dari aspek sosial penulis yakin bahwa industri *traveling* akan terus berkembang di Indonesia.

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. Teknologi

CusTrip sebagai usaha yang bergerak di bidang teknologi memiliki peluang yang besar untuk dapat diterima masyarakat karena memberikan kemudahan akses bagi *travelers* untuk memperoleh akomodasi, transportasi, dan *local guide* dengan biaya lebih murah.

5. Lingkungan

Faktor lingkungan berpusat pada bagaimana keadaan lingkungan di sekitar lokasi perusahaan yang berpengaruh pada berbagai strategi yang akan dilakukan dalam menggapai pangsa pasar dari masyarakat yang berada di lingkungan tersebut.

Tempat yang strategis sangatlah penting bagi keberhasilan sebuah bisnis. Bila sebuah usaha berdiri pada tempat yang strategis, maka akan mudah untuk berkembang dan memperoleh keuntungan. Tetapi, jika sebuah usaha memilih lokasi yang tidak strategis maka akan mengalami kesulitan, atau bahkan kebangkrutan.

CusTrip memilih lokasi di Jalan Suryakencana, Bogor, sebagai lokasi usahanya. Tempat ini tidak terlalu strategis karena untuk sebuah *startup*, lokasi fisik (kantor) tidak terlalu berpengaruh.

6. Hukum

Hukum merupakan salah satu hal yang wajib diikuti oleh seorang pengusaha karena dapat mengancam kelangsungan usaha jika dilanggar. Regulasi dalam dunia digital di Indonesia belum banyak terbentuk. Seperti contoh Gojek yang menimbulkan banyak kasus di berbagai daerah karena belum siapnya pemerintah mengatur regulasi.

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.



Startup Airbnb yang memfokuskan dalam pencarian *homestay* sempat menimbulkan gejolak di luar negeri karena banyak hotel-hotel besar yang mengalami penurunan pendapatan. Tidak menutup kemungkinan jika kelak CusTrip dapat mengalami hambatan bisnis.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Analisis Pesaing: Lima Kekuatan Persaingan Model Porter

Menurut Fred R. David (2013:105) *Porter's Five-Forces Model* adalah model analisis kompetitif yang sering digunakan dalam mengembangkan strategi dari banyak industri. Intensitas persaingan antar perusahaan sangat beragam dari satu industri ke industri lain. Para pelaku bisnis perlu menganalisis lima kekuatan untuk menentukan daya tarik pasar yang ingin dimasuki yaitu persaingan sejenis di dalam industri, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan dari produk substitusi, daya tawar pemasok, dan daya tawar pembeli. Berikut adalah analisis *Porter's Five-Forces Model* dari CusTrip:

1. Persaingan antar perusahaan

Persaingan antar perusahaan biasanya merupakan yang paling berat dari lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat berhasil hanya sejauh ia menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Perubahan dalam strategi oleh satu perusahaan bisa jadi ditanggapi dengan langkah balasan, seperti penurunan harga, peningkatan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, perpanjangan garansi, dan pengintensifan iklan.

Persaingan dalam industri *startup travel* di Indonesia cukup tinggi. Banyak *startup* yang sudah lama berdiri seperti Traveloka, Tiket.com, dan lain-lain. Namun mereka berfokus pada penjualan tiket pesawat dan hotel. CusTrip memiliki diferensiasi sehingga berbeda dengan *startup travel* kebanyakan.

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.



2. Potensi masuknya pesaing baru

Bila perusahaan baru dapat dengan mudah masuk ke suatu industri tertentu, intensitas persaingan antar perusahaan akan meningkat. Hambatan bagi masuknya perusahaan baru dapat mencakup kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi secara tepat, kurangnya pengalaman, loyalitas konsumen yang kuat, persyaratan modal yang besar, kurangnya saluran distribusi yang memadai, kebijakan regulatif pemerintah, kurangnya akses ke bahan mentah, kepemilikan paten, lokasi yang kurang menguntungkan, serangan balik dari perusahaan yang diam-diam berkubu, dan potensi penyaringan pasar.

Dalam persaingan *startup travel*, potensi masuknya pemain baru dapat dikatakan cukup tinggi. Hal ini dikarenakan tidak ada hambatan masuk yang cukup berarti dalam industri ini. Hambatan yang perlu diperhatikan hanya kebutuhan modal yang cukup tinggi karena harus berinvestasi pada pengembangan aplikasi. Oleh karena itu, diharapkan tidak akan sulit bagi CusTrip untuk masuk ke dalam industri ini.

3. Potensi ancaman dari produk substitusi

Produk substitusi adalah barang-barang atau jasa berbeda dari luar industri tertentu yang melakukan fungsi yang serupa dengan produk yang dihasilkan oleh industri tersebut. Secara umum, produk substitusi merupakan ancaman bagi suatu bisnis apabila biaya perpindahan yang dikeluarkan lebih sedikit, harga produk pengganti cukup menarik, mudah didapatkan, dan mempunyai kualitas, kinerja yang dapat memuaskan pembeli.

Di banyak industri, perusahaan berkompetisi ketat dengan produsen produk-produk pengganti di industri lain. Hadirnya produk-produk pengganti itu meletakkan batas tertinggi untuk harga yang dapat dibebankan sebelum

© 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.



konsumen beralih ke produk pengganti. Tekanan kompetitif yang meningkat dari produk pengganti bertambah ketika harga relatif produk pengganti tersebut turun dan manakala biaya peralihan konsumen juga turun.

Produk atau jasa substitusi pada industri *travel* ini adalah produk atau jasa *travel* lainnya seperti operator *tour and travel*. Selain itu, juga ada jenis komunitas *backpacker* yang dapat saling bertukar fasilitas seperti tempat tinggal, transportasi, dan lain-lain. Namun, komunitas seperti ini biasanya gratis karena lebih bersifat kekeluargaan sehingga membuat tidak nyaman untuk orang-orang yang baru bergabung.

4. Daya tawar pemasok

Daya tawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan di 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. Akan menguntungkan kepentingan baik pemasok maupun produsen untuk saling membantu dengan harga yang masuk akal, kualitas yang baik, pengembangan layanan baru, pengiriman tepat waktu, dan biaya persediaan yang lebih rendah, sehingga meningkatkan profitabilitas jangka panjang dari semua pihak yang berkepentingan.

Dalam bidang usaha CusTrip, yang menjadi pemasok yaitu pihak masyarakat yang bekerjasama dalam hal penyediaan fasilitas baik berupa akomodasi, transportasi, dan jasa *local guide*. Ketersediaan *locals* yang banyak di pasar memberikan kesempatan bergabung dengan CusTrip karena banyak *locals* yang tidak memiliki akses untuk memperoleh pendapatan dari fasilitas yang dimiliki. Sebagai penyedia aplikasi, penting untuk menjaga hubungan yang baik dengan *locals* untuk keberlangsungan bisnis.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



5. Daya tawar konsumen

Daya tawar konsumen dapat menjadi kekuatan terpenting yang mempengaruhi keunggulan kompetitif. Konsumen memiliki daya tawar yang semakin besar dalam kondisi-kondisi berikut:

- Jika mereka dapat dengan mudah dan murah beralih ke merek atau pengganti pesaing.
- Jika mereka menduduki tempat yang sangat penting bagi penjual.
- Jika penjual menghadapi masalah menurunnya permintaan konsumen.
- Jika mereka memegang informasi tentang produk, harga, dan biaya penjual.
- Jika mereka memegang kendali mengenai apa dan kapan mereka bisa membeli produk.

Dalam industri *travel*, daya tawar konsumen dapat dikatakan cukup tinggi karena konsumen dapat dengan mudah berpindah ke *travel* lain, terutama pada model operator *tour and travel* yang lebih mudah karena konsumen tidak perlu pusing memikirkan perjalanan. Oleh karena itu, CusTrip harus menjaga dan terus mengembangkan pelayanannya agar dapat mempertahankan konsumen atau anggota yang lama dan menambah anggota yang baru.

E Analisis Posisi dalam Persaingan

Analisis posisi perusahaan dalam persaingan dapat dilihat dengan menggunakan metode *Product Life Cycle* atau yang biasa dikenal dengan Siklus Hidup Produk. Menurut Kotler dan Keller (2012:332) sebuah produk memiliki siklus hidup, yang berarti mengatakan tentang empat hal berikut:

- Produk mempunyai usia yang terbatas. Dimana jika produk mencapai usia dewasanya, perlu dilakukan pengembangan untuk mendaur ulang siklus hidup produk.

© 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.



2. Penjualan produk melalui tahap-tahap berbeda, setiap tahap mempunyai tantangan, peluang, dan masalah berbeda bagi penjual.
3. Laba naik dan turun pada berbagai tahap siklus hidup produk.
4. Produk memerlukan strategi pemasaran, keuangan, manufaktur, pembelian, dan sumber daya manusia yang berbeda dalam setiap tahap siklus produk.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Siklus hidup produk umumnya dapat digambarkan ke dalam kurva siklus hidup produk. Berikut merupakan analisis posisi dalam persaingan CusTrip:

1. Tahap Pengembangan Produk (*Product Development*)

Perusahaan menemukan dan mengembangkan ide produk baru. Selama pengembangan produk, perusahaan tidak memiliki penjualan atau penjualan sama dengan nol, dan biaya investasi perusahaan umumnya tinggi.

2. Tahap Perkenalan (*Introduction*)

Periode dimana pertumbuhan penjualan perusahaan lambat ketika produk dikenalkan di pasar, perusahaan masih belum dapat melihat keuntungan karena tingginya biaya perkenalan untuk produk tersebut.

3. Tahap Pertumbuhan (*Growth*)

Periode penerimaan pasar yang cepat dan keuntungan yang meningkat.

4. Tahap Kedewasaan (*Maturity*)

Periode penurunan dari pertumbuhan penjualan karena produk telah mencapai penerimaan dari pembeli potensial. Tingkat keuntungan menurun karena meningkatnya biaya pemasaran untuk mempertahankan produk dari kompetisi di pasar.

5. Tahap Penurunan (*Decline*)

Periode ketika penjualan jatuh dan keuntungan rendah.

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.



CusTrip berada pada tahap pengembangan produk (*product development*),

Ⓢ karena bisnis belum dipasarkan kepada masyarakat. Produk baru harus melalui tes produk sebelum akhirnya meluncurkan produk akhir di pasar dan ada biaya yang dikeluarkan untuk membuat purwa rupa (*prototype*) untuk diuji pada masyarakat. Manajemen perusahaan perlu secara cermat mengetahui kebutuhan masyarakat hingga sampai pada akhirnya tahap komersialisasi produk akhir yang siap untuk ditawarkan.

Pada tahap pengembangan produk, CusTrip melakukan analisis pasar dan fokus pada permasalahan di masyarakat yang sulit untuk melakukan *traveling* dengan biaya murah melalui penginapan *homestay*, menyewa transportasi agar lebih bebas menjelejah suatu tempat wisata, atau memakai jasa *local guide* untuk memandu wisata. Sehingga dengan aplikasi yang ditawarkan, CusTrip dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin melakukan perjalanan wisata.

F. Analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM)

Analisis CPM membantu perusahaan untuk mengidentifikasi pesaing-pesaing utama serta kekuatan dan kelemahan dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan sampel. Analisis CPM dapat membantu perusahaan untuk menganalisis siapa pesaing yang menjadi lawan sejati perusahaan, sehingga perusahaan dapat lebih mudah untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang harus dicapai yang menjadi kelemahan perusahaan jika dibandingkan dengan lawan sejati tersebut. Analisis CPM ini dapat dipermudah dengan menentukan *Key Success Factor* untuk para pesaing perusahaan.

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



Faktor keberhasilan penting dalam matriks profil kompetitif mencakup isu-isu eksternal dan internal, maka peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan di mana 4=kekuatan mayor, 3=kekuatan minor, 2=kelemahan minor, 1=kelemahan mayor. Faktor-faktor kunci keberhasilan yang dipertimbangkan oleh CusTrip adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Sistem Layanan

Salah satu faktor kunci keberhasilan adalah sistem layanan yang diberikan karena konsumen dapat memilih sesuai dengan *budget* yang dimiliki. Pada aplikasi CusTrip, jika konsumen memiliki dana terbatas maka dapat memilih *homestay* yang biasa-biasa saja dengan fasilitas seadanya. Tetapi jika konsumen ingin mendapatkan fasilitas lebih, dapat menyewa *homestay* dengan fasilitas lengkap yang tidak kalah seperti hotel.

2. Daya Saing Harga

Daya saing harga dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena konsumen akan melakukan perbandingan harga dari berbagai alternatif yang ada dalam menentukan kepuasan konsumen untuk menggunakan jasa. Perbandingan harga pada CusTrip dapat dibandingkan dengan hotel maupun penyedia jasa lain yang menawarkan jasa serupa.

3. Kualitas Layanan

Kualitas layanan dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena layanan yang di sediakan oleh CusTrip dapat meningkatkan kenyamanan konsumen sehingga dapat terjadi penggunaan jangka panjang terhadap aplikasi ini.

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. Promosi

Promosi merupakan upaya untuk menawarkan produk atau jasa kepada konsumen sehingga calon konsumen dapat menikmati layanan yang ditawarkan. Promosi bagi perusahaan yang baru berjalan memerlukan biaya yang besar sehingga dapat menghambat pertumbuhan bisnis akibat pesaing yang melakukan promosi yang gencar.

5. Keterbukaan Informasi

Keterbukaan informasi dalam jenis fasilitas yang ditawarkan perlu agar konsumen mengetahui apa saja yang akan didapatkan. CusTrip memberikan fitur *review* agar konsumen yang pernah memakai fasilitas dapat memberikan *feedback* sehingga konsumen lain dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan dari *locals* tersebut.

6. Fitur

Fitur yang terdapat dalam sebuah aplikasi dapat menentukan keberhasilan sebuah startup. Fitur-fitur dasar adalah pencarian berdasarkan kota, filter harga, *chatting*, pembayaran, dan lain-lain. *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) yang menarik juga menjadi faktor penting karena dapat membuat pengguna aplikasi merasa nyaman dalam menjalankan aplikasi.

Faktor-faktor kunci keberhasilan yang telah ditentukan telah dianalisis dan diberi bobot serta peringkat pada tabel berikut:

© 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 3.2

Competitive Profile Matrix CusTrip

Key Succes Factor	Bobot	CusTrip		AirBnb		TripTrus	
		Rating	Bobot	Rating	Bobot	Rating	Bobot
Sistem Layanan	0,20	4	0,80	3	0,60	2	0,40
Daya Saing Harga	0,16	3	0,48	2	0,32	3	0,48
Kualitas Layanan	0,14	3	0,42	4	0,56	3	0,42
Promosi	0,15	2	0,30	3	0,45	4	0,60
Keterbukaan Informasi	0,19	3	0,57	4	0,76	3	0,57
Fitur	0,16	4	0,64	3	0,48	4	0,64
Total	1		3,21		3,17		3,11

Sumber: CusTrip

Keterangan (rating): 4=kekuatan mayor, 3=kekuatan minor, 2=kelemahan minor, 1=kelemahan mayor.

G Analisis SWOT

Menurut Kotler dan Keller (2012:70), "SWOT Analysis is the overall evaluation of a company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. It's a way of monitoring the external and internal marketing environment". Bila diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia analisis SWOT adalah evaluasi secara keseluruhan mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis tersebut adalah cara untuk mengamati lingkungan internal maupun eksternal. Berikut adalah analisis SWOT dari CusTrip:

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.



1. Strengths

- a. CusTrip memiliki aplikasi dengan sistem yang memberikan kebebasan *traveler* dalam berwisata.
- b. Harga yang bisa disesuaikan dengan *budget* konsumen.
- c. Pilihan layanan beragam mulai dari akomodasi, transportasi, dan *local guide*.

2. Weaknesses

- a. Modal yang diperlukan cukup besar untuk mengembangkan fitur-fitur dalam aplikasi.
- b. Masih harus memberikan sosialisasi untuk menjaring *locals* untuk bergabung dengan CusTrip.

3. Opportunities

- a. Semakin banyak masyarakat yang sering berwisata.
- b. Dukungan pemerintah untuk meningkatkan pariwisata di Indonesia.
- c. Masyarakat semakin ingin bertindak secara cepat dalam memperoleh sesuatu (contoh: *online shopping*).

4. Threats

- a. Ancaman akan pesaing baru yang mudah melakukan duplikasi.
- b. Regulasi pemerintah terhadap perusahaan teknologi masih belum jelas.

Berikut adalah matriks SWOT berdasarkan analisa yang telah diuraikan di atas, beserta strategi-strategi untuk menanggulangnya.

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)

Tabel 3.3

Matriks Analisis SWOT CusTrip

<p>Internal</p>	<p>Strengths (Kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> CusTrip memiliki aplikasi dengan sistem yang memberikan kebebasan traveler dalam berwisata. Harga yang bisa disesuaikan dengan <i>budget</i> konsumen. Pilihan layanan beragam mulai dari akomodasi, transportasi, dan <i>local guide</i>. 	<p>Weaknesses (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> Modal yang diperlukan cukup besar untuk mengembangkan fitur-fitur dalam aplikasi. Masih harus memberikan sosialisasi untuk menjangkau locals untuk bergabung dengan CusTrip.
	<p>Strategi (SO)</p>	<p>Strategi (WO)</p>
<p>Eksternal</p> <p>Opportunities (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> Semakin banyak masyarakat yang sering berwisata. Dukungan pemerintah untuk meningkatkan pariwisata di Indonesia. Masyarakat semakin ingin bertindak secara praktis dalam memperoleh sesuatu (contoh: <i>online shopping</i>). 	<ol style="list-style-type: none"> Memasarkan aplikasi CusTrip (S1, O1). Memasang iklan, promosi di internet agar masyarakat mengetahui bisnis CusTrip (S2, O2). 	<ol style="list-style-type: none"> Fokus pada kualitas layanan agar timbul kepercayaan dari traveler atas hasil yang akan diperoleh (W1,O1). Mengikuti program Kementerian Pariwisata dan bekerja sama dengan Pemerintah Daerah untuk membantu promosi usaha (W2,O2).
<p>Threats (Ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> Ancaman pesaing baru di bidang teknologi yang mudah melakukan duplikasi. Regulasi pemerintah terhadap perusahaan teknologi masih belum jelas. 	<p>Strategi (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> Memberikan hadiah atau diskon kepada traveler yang pernah memakai jasa CusTrip untuk memperoleh loyalitas konsumen (S1,T1). Mewujudkan visi bisnis untuk mendapat dukungan masyarakat sehingga bisnis didukung masyarakat (S1,T2). 	<p>Strategi (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> Memberikan promo atau diskon bagi pengguna pertama aplikasi (W1, T1). Menyediakan tambahan layanan yang sesuai dengan tren konsumen guna turut membantu pemerintah meningkatkan kualitas sumber daya manusia. (W2,T1,T2).

Sumber: CusTrip