



## 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

Hari ini, Rabu (30/03/2016) akan dibuka Indonesia Drum & Perkusi Festival 2016 di Bentara Budaya, Jakarta. Event yang akan berlangsung hingga 2 April mendatang ini akan menampilkan 100 drummer dan perkusi terbaik di Indonesia.

Ekki Soekarno, Ketua Komunitas Drummer Indonesia menyatakan bahwa event ini sangat dinanti-nantikan oleh Indonesian Drummers (ID), komunitas yang diprakarsai oleh pemain drum seluruh Indonesia. Melalui kegiatan ini, Ekki berharap akan semakin menggiatkan kecintaan masyarakat khususnya pada alat drum dan perkusi serta menumbuhkan profesionalisme bagi para musisinya.

Lebih jauh dijelaskan oleh Ekki Soekarno bahwa event ini pertunjukan hiburan yang megah, bukan pula kompetisi antar drummer dan pemain perkusi. Event ini ditegaskan olehnya sebagai suatu kegiatan yang akan mendidik dan memberikan pengetahuan tentang berbagai alat perkusi dari Nusantara. Bagi Ekki Soekarno, event ini juga merupakan bukti kecintaan para musisi bagi kekayaan kesenian nusantara dan sebagai bentuk bela negara dalam arti mempertahankan kebudayaan bangsa.

Festival ini akan menampilkan berbagai atraksi lain sebagai kolaborasi, yang akan mengiringi penampilan dari para drummer dari yang berusia tertua 73 tahun hingga yang paling muda berusia 10 tahun. Setiap harinya akan ada 15 penampilan. Di hari pertama pembukaan, akan menampilkan kesenian Gambang Kromong dari Jakarta

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.



dan berkolaborasi dengan pertunjukan busana atau Fashion Show. Tentu saja, event ini akan sayang bila dilewatkan dan menjadi pilihan hiburan akhir pekan yang menarik bagi masyarakat Ibu Kota.

"IDP Fest 2016 ini akan menghadirkan kolaborasi Indonesia drummer dan perkusionis wanita lintas generasi, kolaborasi Indonesia drummer dan perkusionis cilik, kolaborasi fashion art dan perkusi Indonesia, pentas kolaborasi musik drummer dan perkusionis Indonesia. Jadi nanti tidak hanya pameran drum saja, tapi ada juga alat musik yang lain, pendukungnya," jelas Ekki. Generasi muda akan diwakili oleh JP Millenix dan generasi senior diwakili drummer perempuan pertama di Indonesia, Rini Asmara.

Selain itu panitia juga memberikan ilmu lewat klinik drum bagi talenta-talenta muda yang ada, IDP Fest 2016 juga mengagas untuk membuat sebuah museum untuk alat musik perkusi asli Indonesia yang tersebar di Indonesia. Indonesia, ditambahkan oleh Ekkie Soekarno kaya dengan seni budayanya, juga kaya dengan beraneka macam alat musik terutama perkusi dengan ciri khas daerah masing-masing. Dengan didirikannya museum perkusi ini, sebagai media untuk melestarikan, mengembangkan, dan mengenalkan perkusi kepada generasi muda. "Musisi kita harus tahu budaya, malu sama orang asing. Buat apa? Orang asing saja mau care, kok kenapa kita tidak. Nah di Indonesia belum ada museum perkusi. Dari bagian 'drummers' kita ambil perkusinya saja, perkusi harus dikenalkan kepada generasi muda supaya ada regenerasi," terang Ekkie.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Lewat event ini, sekaligus dilakukan pendataan alat musik perkusi di semua daerah yang ada di Indonesia, senimannya, dan pelaku industrinya dilibatkan. "Di Bandung, di Tasik dan Ciamis ada angklung, Tasik juga ada karinding yang kondisinya sekarang sangat memprihatinkan, karena tidak ada generasi penerus yang mau peduli untuk melestarikannya," jelas Ekkie.

Mewujudkan perhelatan akbar Festival ini, ID menggandeng Bentara Budaya Jakarta sebagai tempat berlangsungnya acara, "ID menangani sendiri pementasan pameran drum dan alat perkusi dari berbagai daerah serta dilengkapi dengan klinik drum. Indonesia kaya dengan seni budayanya, juga kaya dengan beraneka macam alat musik terutama perkusi dengan ciri khas daerah masing-masing," kata Gilang Ramadhan.

Dari sekian banyak musisi berminat mendaftar meramaikan diantaranya Hendi GIGI, Rudi Subekti, Benny Mustafa, Herry Uban, Gilang Ramadhan, Jelly Tobing, Keenan Nasution, Echa Sumantri, Ekki Soekarno, Marcell Siahaan, JP Millenix, Agung Gimbal, Daood Debu, Konde Samsons, Putri Indonesia, Chully, Ikatan Drummer Indonesia, Kromog DKI Jakarta, IDP Legend, IDP All Stars, dan masih banyak lainnya lagi.

Indonesian Drummers (ID) sendiri merupakan wadah berkumpulnya musisi penggebuk drum yang digagas oleh Jelly Tobing, Ekki Soekarno, Gilang Ramadhan dan kini berkembang pesat dan menjadi organisasi musisi besar dan disegani. ID memiliki cabang di beberapa daerah di Indonesia, seperti ID Aceh, ID Minang, ID Bengkulu, ID Bandung, ID Tasikmalaya, ID Tegal, ID Purwokerto, ID Yogyakarta, ID

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Banjarmasin, ID Sampit, ID Balikpapan, ID Samarinda, ID Makasar, ID Kendari dan ID Bau Bau.

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.

Festival ini terbuka untuk umum dan tidak dipungut biaya untuk bisa menikmatinya. (sumber dari : <http://mediaeventindonesia.com/id-786-post-indonesia-drum-dan-perkusi-festival-2016-dibuka-hari-ini.html>, di akses 12 Mei 2016).

Gambar 3.1

### Indonesia Drum & Perkusi Festival 2016



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

### B. Analisis Pesaing Sejati/Langsung

Pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang/jasa yang sama atau mirip dengan produk yang Penulis tawarkan. Analisa pesaing adalah usaha mengidentifikasi ancaman, kesempatan atau permasalahan strategis yang terjadi akibat perubahan persaingan potensial, serta kekuatan dan kelemahan pesaing. Persaingan antar toko tetap tidak akan bisa dihindari.



Persaingan merupakan hal yang sangat wajar dalam dunia bisnis ataupun usaha.

Ⓒ Dalam memulai sebuah usaha, sebelumnya kita harus mengetahui siapa saja yang bergelut dalam bisnis tersebut karena merekalah sebenarnya pesaing dalam bisnis kita.

Para kompetitor VADE DRUM CUSTOM adalah perusahaan drum yang saat ini sedang naik daun di Indonesia seperti : Sakae Drums, Ahay Drums, dsb.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:552-559), langkah-langkah dalam menganalisis para pesaing yaitu:

1. Mengenali pesaing perusahaan
2. Memastikan tujuan pesaing
3. Mengenali strategi pesaing
4. Menilai kekuatan dan kelemahan pesaing
5. Memperkirakan reaksi pesaing
6. Memilih pesaing untuk diserang atau dihindari

Berikut adalah analisis pesaing yang dihadapi oleh VADE DRUM CUSTOM, berdasarkan langkah-langkah diatas

1. Mengenali pesaing perusahaan  
VADE DRUM CUSTOM berdomisili di daerah Jakarta Pusat tetapi pesaing langsung Penulis bukanlah ditempat sekitar tetapi satu wilayah besar bangsa Indonesia dan juga luar negeri. Pesaing langsung Penulis bukanlah dari perusahaan sejenis drum custom melainkan perusahaan drum yang baru naik daun yaitu Sakae Drums.

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.



2. Memastikan tujuan pesaing  
Ditinjau dari segi daerah pemasaran dari VADE DRUM CUSTOM adalah satu wilayah besar Indonesia dan luar negeri. Target konsumen VADE DRUM CUSTOM adalah semua golongan usia maupun profesi, karena bermain drum bukan hanya untuk bermusik saja tetapi bisa juga untuk *hobby*.  
Mengenali inovasi pesaing  
Dengan mengenali inovasi dari pesaing maka perusahaan dapat mempelajari dan dapat melakukan inovasi serupa bahkan melakukan inovasi yang lebih baik baik lagi dari pesaing. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat terus konsisten dalam bersaing dengan para pesaingnya. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat terus konsisten dalam bersaing dengan para pesaingnya.  
Cara-cara untuk mengenali inovasi pesaing adalah:
  - a. Mempelajari *service* yang ditawarkan pesaing melalui jenis pelayanan maupun kualitas dari tempatnya.
  - b. Mempelajari promosi yang dilakukan pesaing baik itu melalui media massa maupun media elektronik, diskon yang ditawarkan, dan promosi-promosi lainnya.
4. Memperkirakan reaksi pesaing  
Memperkirakan reaksi pesaing adalah memperkirakan apakah perusahaan pesaing merespon strategi yang dilakukan oleh VADE DRUM CUSTOM yaitu membuat strategi-strategi untuk membalas pesaingnya yang melakukan *promotion* melalui iklan di media sosial, maka perusahaan lawan lebih

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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



menggencarkan iklannya pula dan membuat program-program yang lebih menarik agar memperoleh konsumen baru maupun mempertahankan konsumen yang sudah ada.

Memilih pesaing untuk diserang atau dihindari

Dilihat berdasarkan kekuatan dan kelemahan dari pesaing yang dihadapi oleh VADE DRUM CUSTOM maka Penulis memilih untuk diserang karena VADE DRUM CUSTOM dan Sakae Drums memiliki segmen, target pasar dan *positioning* yang hampir sama yaitu pada seluruh segmen *hobby* dan profesi yang berkaitan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**C. Analisis PESTEL (Politik (*Political*), Ekonomi (*Economical*), Sosial (*Social*), Teknologi (*Technological*), Lingkungan (*Environmental*), dan Legalitas (*Legal*))**

**1. Politik (*Political*)**

Peristiwa politik yang terjadi di Indonesia saat ini meresahkan sejumlah pebisnis yang ada di Indonesia serta memberikan dampak merugikan pada kegiatan ekonomi di Indonesia. Setelah mengalami proses perubahan demokrasi, yang mengakibatkan timbulnya berbagai peristiwa sosial dan politik yang menimbulkan ketidakpastian peta politik di Indonesia. Untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan VADE DRUM CUSTOM bermaksud untuk mematenkan nama *brand* serta akan memperbaharui *standard* pelayanan yang akan diberikan.

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 (*Economical*)

**Ekonomi** merupakan salah satu ilmu sosial yang mempelajari aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa. Istilah "ekonomi" sendiri berasal dari bahasa Yunani, yaitu οἶκος (oikos) yang berarti "keluarga, rumah tangga" dan νόμος (nomos) yang berarti "peraturan, aturan, hukum". Secara garis besar, ekonomi diartikan sebagai "aturan rumah tangga" atau "manajemen rumah tangga." Sementara yang dimaksud dengan ahli ekonomi atau ekonom adalah orang menggunakan konsep ekonomi, dan data dalam bekerja. (sumber dari : <https://id.wikipedia.org/wiki/Ekonomi>, di akses 12 Mei 2016).

Perubahan perekonomian tentunya akan mempengaruhi tarif harga yang akan ditetapkan perusahaan kepada konsumen, yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian serta loyalitas konsumen. VADE DRUM CUSTOM akan tetap berusaha untuk mengimbangi pasar dengan tetap memberikan harga yang *reasonable* kepada konsumennya. Biasanya harga akan naik jika perubahan perekonomian mengalami inflasi besar.

## 3. Sosial (*Social*)

Aspek utama dari faktor sosial merupakan gaya hidup dan tren di kalangan masyarakat. Seperti yang telah dijelaskan di subbab Trend dan Pertumbuhan Industri diatas, bahwa faktor pendorong masyarakat telah berubah. Banyak dari mereka yang tadinya bermain drum hanya untuk sekadar *hobby* atau karena iseng-iseng telah berubah menjadi suatu keinginan karena *passion* yang dimiliki.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



#### 4. Teknologi (*Technological*)

Perkembangan teknologi sangat berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membuat drum custom, karena banyaknya cara pembuatan drum seperti dengan cara *stave, segmented, steam bent, solid*. Tetapi dengan metode *plywood* yang digunakan oleh VADE DRUM CUSTOM dengan teknologi mesin yang mumpuni serta dengan biaya yang cukup murah dan waktu pembuatan yang relatif cepat sehingga membuat konsumen juga lebih tertarik untuk membuat drum custom sesuai keinginan mereka melalui *sound drums, size, serta finish* yang diinginkan.

#### 5. Legalitas (*Legal*)

Legalitas usaha sangat diperhatikan, oleh karena itu seperti pada subbab sebelumnya yaitu Politik (*Political*) dikatakan bahwa nama VADE DRUM CUSTOM sudah lebih dahulu di paten-kan dan juga melakukan pembayaran pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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



Tabel 3.1

Pesaing dalam Industri

C

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Nama Perusahaan Pesaing	Keunggulan	Kelemahaan
Sakae Drums	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki modal yang besar (karena perusahaan dari luar).</li> <li>Pabrik sudah ada di Indonesia.</li> <li>Sudah cukup banyak konsumen yang memiliki <i>mindset</i> “<i>branded</i>”.</li> <li>Produk ini adalah <i>second brand</i> dari produk drum Jepang yang sudah terkenal lebih dulu (Yamaha).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Promosi cukup rendah awalnya karena hanya menggunakan satu <i>artist</i>.</li> <li>Daya saing harga sangat rendah karena mematok harga yang cukup tinggi sejak awal produk ini muncul.</li> <li>Kualitas produk tidak sebaik produk pertamanya.</li> </ol>
Ahay Drums	<ol style="list-style-type: none"> <li>Lokasi pabrik cukup dekat.</li> <li>Harga yang dipatok cukup rendah.</li> <li>Pelayanan yang diberikan cukup baik.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Promosi tidak terlalu baik, karena meng-<i>endorse artist</i> yang kurang dikenal orang.</li> <li>Loyalitas konsumen masih kurang.</li> </ol>
Pearl Drums	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pelayanan yang diberikan cukup baik.</li> <li>Masih ada player yang sangat “<i>branded mindset</i>” terhadap produk ini.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Promosi di Indonesia sekarang sudah berkurang.</li> <li>Harga yang dipatok cukup tinggi.</li> <li>Lokasi pabrik di Amerika.</li> </ol>

Sumber : VADE DRUM CUSTOM 2016-06-28

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



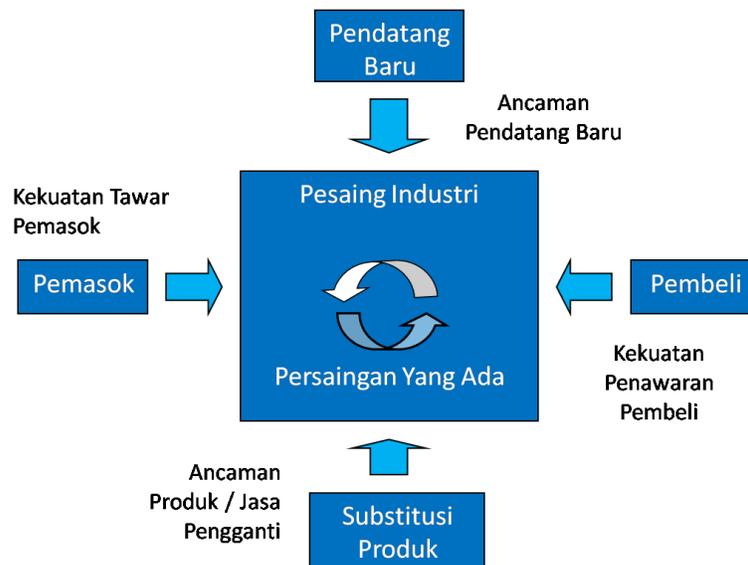
#### D. Analisis Pesaing (*Five Force Porter*)

Menurut Kotler dan Armstrong (2010:211) Analisis pesaing untuk merencanakan strategi pemasaran bersaing yang efektif, perusahaan perlu mencari semua keterangan yang mungkin mengenai pesaing. Perusahaan harus secara konstan membandingkan produk, harga, saluran distribusi dan promosinya dengan pesaing terdekat.

Menurut Fred R. David yang diadopsi dari Porter (2010:146) , hakikatnya di dalam suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan, dapat dilihat seperti pada gambar berikut :

Gambar 3.2

#### 5 Model Kekuatan Persaingan dalam Industri



Sumber : Fred R. David. *Manajemen Strategis Konsep*. Salemba 4. Buku 1. Edisi 12.

Hal 146

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. Persaingan Antar Perusahaan Saingan

Persaingan antar perusahaan saingan biasanya merupakan yang paling hebat dari lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat berhasil hanya sejauh ia menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Intensitas persaingan antar perusahaan saingan cenderung meningkat ketika jumlah pesaing bertambah, ketika pesaing lebih superior dalam hal ukuran dan kapabilitas.

Dalam hal ini untuk mensiasati persaingan yang dihadapi, VADE DRUM CUSTOM akan memberikan promo-promo menarik kepada pelanggan berupa potongan harga misalnya dengan cara me-repost (mem-post ulang) promosi yang ada di akun sosial media seperti *twitter*, *facebook*, *instagram*. Hal-hal lainnya lagi adalah seperti potongan harga saat natal, lebaran, akhir tahun, dsb. Juga ada promo beli drumset mendapatkan gratis snare, mem-post video atau foto customer menggunakan VADE DRUM CUSTOM akan mendapatkan *shell drum* gratis, dan juga mengikuti kuis dan akan mendapatkan aksesoris menarik lainnya. Peningkatan loyalitas konsumen dan citra *brand* menjadi target utama VADE DRUM CUSTOM. Karena sedari dulu sulitnya menghancurkan paradigma konsumen yang selalu berpikir bahwa *brand* luar selalu lebih bagus dari *brand* dalam negeri, padahal belum tentu demikian. Itulah sebabnya, Penulis juga berpikir untuk meningkatkan kecintaan konsumen terhadap produk dalam negeri dan apabila konsumen *loyal* maka secara tidak langsung akan meningkatkan citra merek dari mulut ke mulut atau yang biasa juga disebut dengan *word of mouth*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



## 2. Ancaman Pendetang Baru

Masuknya pendatang baru akan menimbulkan sejumlah dampak bagi perusahaan yang sudah ada, misalnya kapasitas bertambah, terjadinya perebutan pangsa pasar. Hambatan-hambatan yang ada bagi pendatang baru antara lain : kurangnya pengalaman, loyalitas konsumen yang kuat, preferensi merek yang kuat, penggunaan modal yang besar, kurangnya saluran distribusi yang memadai, lokasi yang kurang menguntungkan, kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi secara cepat, kebutuhan menguasai teknologi dan trik-trik praktis, kebijakan regulatif pemerintah, kurangnya pengetahuan, kepemilikan paten, serangan balik dari perusahaan yang diam-diam berkubu, dan potensi penyaringan pasar.

Ancaman masuknya pendatang baru pada VADE DRUM CUSTOM dipengaruhi beberapa faktor: Pertama, membangun sebuah bisnis usaha drum custom saat ini terbilang tidak terlalu sulit, karena banyaknya metode-metode pembuatan drum yang sudah banyak dibocorkan di *internet* sehingga pendatang baru yang ingin memasuki industri ini hanya memerlukan modal, peralatan, perlengkapan, serta bahan baku yang cukup dan memadai untuk membuat drum custom.

Kedua, adanya pendatang baru yang mempunyai modal yang besar serta mempunyai fasilitas peralatan dan perlengkapan yang mumpuni. Agar tetap dapat bersaing dengan pendatang baru, VADE DRUM CUSTOM tetap memiliki prinsip dan integritas untuk memenuhi *standard* jasa pembuatan drum custom yang baik serta bersaing secara sehat dengan kompetitornya dengan tidak menjelekkkan ataupun membuat *issue* yang kurang baik terhadap drum custom pendatang baru.

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

### Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



### 3. Kekuatan 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. Intensitas persaingan dari daya tawar pemasok cukup tinggi. Karena adanya pilihan untuk bahan baku seperti dari Taiwan, China, Canada, dan beberapa Negara lainnya, bahkan ada tawaran bahan baku dari dalam negeri juga. Tetapi VADE DRUM CUSTOM sendiri banyak kali memilih bahan baku terbaik yang sudah dicek dan disortir terlebih dahulu oleh QC (*Quality Control*) perusahaan yaitu Penulis sendiri.

### 4. Kekuatan Tawar Pembeli/Konsumen

Daya tawar konsumen dapat menjadi kekuatan terpenting yang mempengaruhi keunggulan kompetitif. Konsumen memiliki daya tawar semakin besar ketika mereka dapat dengan mudah beralih ke merek atau pengganti pesaing, mereka menduduki tempat yang penting bagi penjual, mereka memegang informasi tentang produk, harga dan biaya penjual, dan mereka memegang kendali mengenai apa dan kapan mereka bisa membeli produk. Daya tawar konsumen juga lebih tinggi ketika produk yang digunakan adalah standar dan atau tidak terdiferensiasi.

Bagi VADE DRUM CUSTOM, daya tawar konsumen yang paling berdampak dipengaruhi oleh aspek *brand*. Dikarenakan produk drum custom adalah buatan lokal seringkali konsumen mematok harga rendah dan sesuka



mereka dan karena *brand* lokal pula, kebanyakan konsumen Indonesia masih kurang menghargai produk buatan anak negeri sendiri dan akhirnya beralih ke merek pesaing lainnya, sementara aspek lainnya tidak menjadi masalah yang berarti. Para konsumen dapat mudah beralih ke pesaing karena gengsi yang diberikan oleh merek drum pesaing sejati perusahaan sudah cukup memiliki nama dan memiliki modal yang cukup kuat juga (merek luar negeri). Namun diferensiasi VADE DRUM CUSTOM dengan harga yang sangat lebih terjangkau dan karena dapat membuat secara *custom* yang artinya para konsumen dapat membuat *drum signature series* mereka sendiri sehingga akan membuat daya tawar konsumen menurun kepada pesaing sejati.

#### Ancaman Produk/Jasa Pengganti

Di banyak industri, perusahaan berkompetisi ketat dengan produsen produk-produk pengganti di industri lain. Hadirnya produk-produk pengganti itu meletakkan batas tertinggi (plafon) untuk harga yang dapat dibebankan sebelum konsumen beralih ke produk pengganti. Tekanan dari persaingan akan meningkat jika harga relatif produk/jasa pengganti tersebut turun dan biaya peralihan konsumen juga menurun.

Berdasarkan faktor pendorong, pembuatan drum custom diperuntukkan bagi orang-orang yang *hobby* bermain bermain drum dan juga semacam alat perkusi lainnya, juga ada beberapa kelompok/klub/komunitas *percussion* yang biasa disebut *ensemble*. Juga untuk konsumen lain yang ber-profesi langsung sebagai *drummer* dalam sebuah band, *session player*, pemain *café*, drum untuk studio, dsb.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin 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.



Untuk barang substitusi lainnya untuk drum sekarang ini juga sudah ada seperti timpani, rebana, konga, tamborin, cajon dan alat musik akustik (pukul) lainnya yang lebih simple untuk digunakan dalam acara wedding atau *gig-gig* kecil lainnya.

Untuk produk pengganti lainnya juga ada instrumen yang disebut Octopad/SPD. Instrumen ini berbentuk elektrik sehingga banyak juga digunakan untuk menjadi pengganti drum akustik, karena instrumen ini memiliki berbagai macam suara yang berbeda. Tetapi memiliki *range* harga yang cukup tinggi.

Fokus utama VADE DRUM CUSTOM adalah pada konsumen atau pengguna langsung dari alat musik drum seperti anak-anak yang baru mau belajar drum, konsumen yang *hobby* bermain drum, tempat les drum, studio musik, pemain drum, dan juga konsumen lain dengan berbagai macam latar belakang lainnya. Oleh karena itu, VADE DRUM CUSTOM dapat meminimalisir ancaman yang datang dari instrumen pengganti lainnya yang sudah Penulis sebutkan di paragraf-paragraf sebelumnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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



## E. Analisis Posisi dalam Persaingan

Sebuah bisnis penting untuk mengetahui posisi persaingan yang ada didalam pasar. Menurut Kotler dan Armstrong (2010:328), mengklasifikasi posisi persaingan perusahaan kedalam empat posisi persaingan.

1. Pemimpin pasar (*market leader*) yang memiliki pangsa pasar terbesar yaitu 40%.

Sebagai market leader perusahaan harus mengambil tiga tindakan yaitu:

- a. Memperluas total pasar, ketika total pasar bertambah perusahaan yang dominan biasanya akan mendapat paling banyak.
- b. Mempertahankan pangsa pasar, dimana sambil perusahaan memperluas pasar, perusahaan juga harus terus aktif mempertahankan pasar yang sudah ada.
- c. Memperluas pangsa pasar, persaingan menjadi begitu kuat. Meskipun demikian peningkatan di banyak pangsa pasar tidak otomatis meningkatkan laba.

2. Penantang pasar (*market challenger*) yang memiliki pangsa pasar sebesar 30%. Penantang pasar adalah perusahaan yang berusaha memperluas pangsa pasar mereka yang dalam usaha mereka berhadapan langsung dengan pemimpin pasar. Ada dua hal penting yang harus di lakukan penantang pasar yaitu:

- a. Mendefinisikan tujuan strategis dan lawan. Seperti menyerang pemimpin pasar, menyerang perusahaan-perusahaan seukuran, atau menyerang perusahaan kecil.
- b. Memilih strategi menyerang. Mengguna strategi frontal, sisi, pengitaran, melewati ataupun griliya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



3. Pengikut pasar (*market follower*) memiliki pangsa pasar 20%. Perusahaan yang tidak mengusik pemimpin pasar dan hanya puas dengan cara menyesuaikan diri pada kondisi-kondisi pasar. Strategi pengikut pasar dilakukan untuk dapat mempertahankan konsumen dan memperoleh konsumen, agar tidak dapat balasan dari pihak lawan 3 strategi :

- a. *Cloner* upaya meniru dan menyamai bauran pemasaran pemimpin pasar.
- b. *Imitator* melakukan *differentiasi* tapi tetap meniru pemimpin pasar dalam hal pembaruan dan bauran pasar.
- c. *Adopter* mencontoh produk pemimpin pasar dan mengimporisasi.

Penceruk pasar (*market nicher*) memiliki 10%. Hanya melayani pasar yang diabaikan pemimpin pasar guna untuk menghilangkan persaingan terhadap perusahaan besar dan kecil. Strategi dari pencerukan pasar yaitu, hanya melayani pelanggan tertentu, seperti menjual pada satu perusahaan saja.

Dari posisi pasar yang ada VADE DRUM CUSTOM termasuk kedalam

Penantang pasar (*market challenger*), dimana perusahaan berusaha memperluas pangsa pasar dalam usaha dan berhadapan langsung dengan pemimpin pasar. Perlawanan yang dilakukan kepada perusahaan kecil atau seukuran lainnya beberapa caranya adalah dengan promosi, *discount product*, kupon, *word of mouth*, dsb.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin 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.



## F. Analisis *Competitive Profile Matrix*

Ⓒ Tabel Analisis CPM (*Company Profil Matrix*) dapat dilihat di Lampiran 1.

Faktor penentu keberhasilan (*Critical Success Factor-CSF*) dalam CPM berfokus pada isu internal; dengan demikian, peringkat mengacu pada dan kelemahan, di mana:

- 4 = kekuatan mayor
- 3 = kekuatan minor
- 2 = kelemahan minor
- 1 = kelemahan mayor

Begitu ketatnya persaingan yang berada di wilayah besar Indonesia, maka VADE DRUM CUSTOM harus memiliki keunggulan yang berbeda dari pesaing yang lainnya. Untuk menjadi unggul dalam persaingan, ada beberapa hal yang penting untuk diperhatikan dalam menjalankannya, yaitu :

### 1. Produk

Produk menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam membuka suatu usaha seperti drum custom. Mengingat apabila produk yang dijual memiliki kualitas yang tinggi, produk juga akan lebih mudah terjual melewati promosi *word of mouth*.

### 2. Daya saing harga

Setiap berjalannya sebuah usaha pasti akan mengalami persaingan harga. Persaingan harga memang susah untuk dihindari. Harga yang dipatok terlalu tinggi akan mengakibatkan pelanggan pergi. VADE DRUM CUSTOM ditujukan kepada *market* menengah kebawah dan menengah keatas. Sehingga ada spesifikasi harga khusus sesuai kebutuhan masing-masing konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



### 3. Loyalitas Konsumen

Sebagaimana diketahui bahwa tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Terciptanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan akan memberikan hal yang baik sehingga perusahaan memiliki pelanggan tetap.

#### Promosi

Promosi merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu bisnis. Promosi yang dilakukan oleh VADE DRUM CUSTOM adalah melalui *website, Facebook, Instagram, Twitter*. Menggunakan sosial media merupakan salah satu cara yang lebih cepat dan dapat diakses oleh orang banyak. Seperti memberikan potongan kepada pelanggan setia yang suka membuat produk kepada VADE DRUM CUSTOM.

#### Pelayanan

Pelayanan menjadi faktor yang sangat penting bagi VADE DRUM CUSTOM mengingat perusahaan ini ada dalam bisnis pembuatan drum, karena itu dengan sebuah pelayanan yang baik akan menciptakan hubungan yang baik antara pebisnis dengan konsumen. Pelanggan akan lebih menyukai melakukan proses bisnis ditempat bisnis yang pelayanannya sopan, baik, dan sabar.

### © Hak cipta milik IBI IKKG (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.



## G. Analisis SWOT dan Matriks SWOT

Menurut Kotabe dan Helsen (2011:283) analisis SWOT adalah salah satu teknik yang berguna untuk menganalisis posisi kompetitif perusahaan dengan para pesaingnya. Berikut ini adalah analisis SWOT dari VADE DRUM CUSTOM :

1. **Strengths** (Kekuatan)
  - a. Produk dengan kualitas yang terbaik, dengan *sound* yang bertaraf internasional.
  - b. Promosi menggunakan *internet*/media sosial terbilang murah dan dapat menjangkau lebih luas.
  - c. Pelayanan terbaik yang diberikan, yang tidak dimiliki oleh perusahaan drum lain yaitu *service after sales*.
2. **Weaknesses** (Kelemahan)
  - a. Karena perusahaan baru terbentuk sehingga manajemen masih cukup lemah.
  - b. Karena pembuatan drum dilakukan dengan *handmade* maka pembuatannya terbatas.
3. **Opportunities** (Peluang)
  - a. Masuknya budaya *drumming* ke Indonesia dari luar negeri juga membuat orang lebih tertarik ingin mempelajari instrumen musik ini.
  - b. Banyaknya tempat kursus musik maupun studio musik yang ingin membeli drum dengan spesifikasi khusus untuk kebutuhan *genre* musik masing-masing.
4. **Threats** (Ancaman)
  - a. Adanya ancaman pada keinginan konsumen yang suka berubah-ubah sehingga kadang menyusahkan tim produksi.
  - b. Pesaing lama yang telah mempunyai nama sebelumnya sehingga lebih dahulu mempunyai konsumen dan telah mengambil pangsa pasar.
  - c. Adanya pesaing baru yang mempunyai modal besar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



TABEL 3.2

Matriks SWOT VADE DRUM CUSTOM

<p><b>C</b> Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p><b>STRENGTHS :</b></p> <p>1) Produk</p> <p>2) Promosi</p> <p>3) Pelayanan</p>	<p><b>WEAKNESSES :</b></p> <p>1) Daya saing harga</p> <p>2) Loyalitas konsumen</p>	
	<p><b>OPPORTUNITIES :</b></p> <p>1) Masuknya budaya drumming di Indonesia</p> <p>2) Banyak peminat instrumen drum baik untuk profesi maupun hobby</p>	<p><b>STRATEGY SO</b></p> <p>1) <i>Sound</i> dari produk yang bertaraf internasional yang dapat didengarkan langsung oleh konsumen (S1, O1)</p> <p>2) Memberi potongan harga kepada setiap konsumen yang membeli drumset min. 4 pcs (S2, O2)</p>	<p><b>STRATEGY WO</b></p> <p>1) Meningkatkan daya saing harga dengan mengeluarkan seri drum yang murah (W1, O2)</p> <p>2) Meningkatkan loyalitas konsumen lewat diskon atau pemberian aksesoris drum pada konsumen yang membeli produk (W2, O2)</p>
	<p><b>THREATS :</b></p> <p>1) Keadaan dana yang minim</p> <p>2) Pesaing lama yang mempunyai nama di pasaran</p> <p>3) Adanya pesaing baru bermodal besar</p>	<p><b>STRATEGY ST</b></p> <p>1) Meningkatkan promosi menggunakan teknologi yang ada (S2, T1)</p> <p>2) Meminimalisir kemungkinan cacat produk yang dilakukan oleh tim <i>Quality Control</i> (S3, T3)</p>	<p><b>STRATEGY WT</b></p> <p>1) Bekerja sama dengan pihak-pihak yang dapat memajukan VADE DRUM CUSTOM seperti Toko Musik ternama (W1, T2)</p> <p>2) Mencari investor yang ingin menanam modal pada perusahaan – rencana jangka panjang (W2, T3)</p>

Sumber : Diolah oleh Penulis

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