



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Pentingnya melakukan sebuah analisis industri terlebih dahulu untuk mengetahui potensi-potensi besar yang dapat kita ketahui sehingga usaha yang direncanakan dapat lebih fokus pada tren yang sedang terjadi saat ini dan bagaimana menghadapi persaingan.

Menurut Robert D. Hisrich et al. (2013:196) tentang analisis industri adalah "Pengusaha harus melakukan analisis industri yang akan fokus pada tren industri tertentu." Maka dari itu dengan melakukan analisis industri pengusaha dapat meminimalisasikan risiko yang muncul di dalam industri dan sebagai usaha mencegah kemungkinan terburuk yang dapat dihadapi oleh para pengusaha.

Adapun faktor-faktor dalam analisis industri menurut Robert D. Hisrich et al. adalah *Industry demand & Competition*. Untuk melakukan analisis industri dapat dilakukan dengan beberapa cara melalui sebuah pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah tren ekonomi, teknologi, dan hukum serta politik berpengaruh besar di tahap internasional dan nasional?
2. Bagaimana perkembangan penjualan industri dalam 5 tahun terakhir?
3. Apa yang menjadiantisipasi di dalam pertumbuhan industri?
4. Berapa banyak pesaing baru yang masuk di dalam pasar selama 3 tahun terakhir?
5. Apakah ada produk baru yang dikenalkan di pasar?
6. Siapa pesaing terdekat perusahaan?
7. Apakah sistem operasi perusahaan lebih baik dari yang pernah ada?
8. Bagaimana tingkat penjualan perusahaan, apakah naik, turun, atau stabil?

© 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.



9. Apakah kekuatan dan kelemahan perusahaan?
10. Bagaimana tren perusahaan yang terjadi di dalam pasar yang spesifik?



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

11. Bagaimana karakter dari konsumen perusahaan?
12. Apakah profil perusahaan kita berbeda dengan profil perusahaan pesaing?

Dengan menjawab beberapa pertanyaan di atas maka perusahaan dapat merumuskan sebuah strategi yang baik serta efisien bagi perusahaan. Strategi yang baik dapat menanggulangi berbagai ancaman yang ada, dan bisa menciptakan peluang bagi perusahaan. Seorang wirausaha yang baik adalah seseorang wirausaha yang sudah mempersiapkan dirinya sebelum ada bahaya ancaman datang dan mampu menciptakan peluang dan semua itu dapat diwujudkan melalui sebuah analisis industri.

#### A. Gambaran Masa Depan dan Perkembangannya

Hampir setiap sektor industri membutuhkan tali rafia untuk membungkus. Oleh karena itu, bisnis usaha pembuatan tali rafia selalu dibanjiri pesanan. Maklum, bukan hanya satu atau dua sektor yang merupakan kelompok sasaran dari produsen tali rafia. Pelanggannya pun juga dari pengguna pengusaha pabrik sampai rumahan.

Perusahaan membutuhkan data dan informasi mengenai perusahaan pesaing guna merencanakan strategi pemasaran bersaing yang efektif. Umumnya tali rafia yang diminati oleh pelanggan adalah tali rafia yang memiliki beberapa kriteria antara lain:

##### 1. Tali rafia yang kuat dan tipis

Kualitas tali rafia menjadi persyaratan utama yang menjadi keunggulan PT. Aneka Plastindo. Sebelumnya, pemilik akan melakukan uji coba atas kualitas tali rafia secara internal dan secara eksternal.

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.



### a. Uji Coba Kualitas Tali secara Internal

Pemilik akan melakukan observasi secara internal untuk mengukur apakah kualitas produk kami lebih baik dengan produk pesaing. Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, tali rafia yang baik dan diminati oleh pelanggan adalah tali rafia yang tipis dan kuat. Pemilik membeli 5 buah tali rafia yang berbeda, lalu pemilik mengambil sampel masing-masing 5 meter panjang talinya. Setelah itu kelima sampel ditimbang untuk mengetahui beratnya. Hasil dari observasi dapat dilihat dari Tabel 2.1.

**Tabel 3.1**  
**Hasil Observasi Berat Tali Rafia**

Merek Tali	Panjang Sampel (cm)	Berat (Gram)
A	500	30
B	500	15
C	500	20
D	500	25
E	500	15
<b>PEMILIK</b>	<b>500</b>	<b>10</b>

Dari hasil observasi yang dilakukan, produk tali rafia PT. Aneka Plastindo memiliki tingkat ketebalan yang paling minimum dibandingkan dengan produk pesaing, itu berarti tali yang diproduksi pemilik adalah tali yang tipis.

Tidak hanya melakukan observasi untuk menguji tingkat ketebalan tali, pemilik juga melakukan observasi atas tingkat kekuatan tali rafia. Pemilik melakukan tes dengan pembanding 5 buah tali dengan cara tali diikat ke benda (*ball press* karung) yang memiliki beban 150 kg lalu benda tersebut diangkat. Tabel 2.2 akan menunjukkan tali mana yang bisa kuat menahan beban 150 kg.

### © 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.

**Tabel 3.2**  
**Hasil Observasi Kekuatan Tali Rafia**

Merek Tali	Putus/Tidak
A	Tidak
B	Putus
C	Putus
D	Tidak
E	Tidak
<b>PEMILIK</b>	<b>Tidak</b>

Dari hasil observasi yang dilakukan, produk tali rafia PT. Aneka Plastindo memiliki tingkat kekuatan yang baik. Tali hasil produksi pemilik tidak putus untuk mengangkat beban seberat 150 kg. Jadi, dari hasil kedua observasi yang dilakukan secara internal, tali yang diproduksi pemilik adalah tali yang kuat dan memiliki tingkat ketebalan yang minimum dibandingkan dengan pesaing. Maka dari itu, pemilik memiliki keyakinan yang kuat bahwa produk PT. Aneka Plastindo akan diminati oleh pelanggan.

#### **b. Uji Coba Kualitas Tali secara Eksternal**

Pemilik juga melakukan observasi secara eksternal dengan cara membawa sampel produk ke 5 toko distributor plastik dan 5 toko konsumen tali rafia secara langsung. Hasil yang positif yang diberikan dari pemilik toko yang menambah keyakinan pemilik bahwa produk yang dihasilkan akan menjadi unggulan di pasar nantinya. Tabel 2.3 menunjukkan komentar dari pemilik untuk sampel tali yang ditawarkan.

### **C 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.



**Tabel 3.3**  
**Komentar Pemilik Toko atas Sampel Tali Rafia Pemilik**

No	Nama Toko	Alamat	Jenis Usaha	Komentar
1	KUDA MAS	GLODOK, KOTA	TOKO PLASTIK	Lumayan Tipis, Bisa laku dijual
2	INTAN PLASTIK	KOTA WISATA, CIBUBUR	TOKO PLASTIK	Bagus, tipis dan kuat dibandingkan yang ada sekarang
3	SINAR JAYA PLASTIK	PERNIAGAAN	TOKO PLASTIK	Kapan bisa dikirim barang nya?
4	SEHATI PLASTIK	CIBUBUR	TOKO PLASTIK	Tipis, Tidak pecah dan Kuat
5	JAYA PLASTIK INDONESIA	PASAR SENEN	TOKO PLASTIK	Bisa dijual dengan harga bagus nantinya
6	TOKO MUJUR	CEMPAKA PUTIH	TOKO SEMBAKO	Lebih tipis, jadi lebih lama habis nya.
7	SEDERHANA	KEPU TIMUR	CATERING	Tipis talinya, Kuat juga. Boleh lah.
8	WARUNG JAWA	KEMAYORAN	TOKO SEMBAKO	Bagus, Kelihatannya tipis gak kuat tapi kuat juga.
9	PONDOK 39	CAWANG	CATERING	Sangat mau dengan tali seperti ini.
10	TOKO 69	SUNTER	TOKO SEMBAKO	Tipis dan Kuat nya cukup bagus.

**C 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. Harga yang terjangkau**

Karena PT. Aneka Plastindo adalah usaha daur ulang plastik dimana bahan baku utamanya berupa karung bekas, apabila dibandingkan dengan produk pesaing, kami memiliki keunggulan, yaitu harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan produk pesaing. Dengan memiliki kualitas yang baik dan harga yang terjangkau, pemilik memiliki keyakinan yang tinggi bahwa produk yang dihasilkan akan bisa diterima di pasar dengan sangat baik serta membuat pemilik semakin yakin bahwa bisnis ini akan tumbuh berkembang dengan cepat nantinya.



### 3. Produk dengan berbagai macam ukuran dan warna

Pemilik menyadari bahwa konsumen tali rafia berasal dari berbagai macam sektor usaha yang artinya beraneka macam pula kebutuhan akan tali rafia. Menanggapi hal tersebut, pemilik membuat produk dengan berbagai macam ukuran dan warna seperti yang terlihat pada Tabel 2.4.

**Tabel 3.4**  
**Produk yang Dijual PT. Aneka Plastindo**

UKURAN (kg)	WARNA
1	Hitam, Merah, Hijau, Kuning, Biru, Abu-Abu
0,8	Hitam, Merah, Hijau, Kuning, Biru, Abu-Abu
0,5	Hitam, Merah, Hijau, Kuning, Biru, Abu-Abu
0,3	Hitam, Merah, Hijau, Kuning, Biru, Abu-Abu

Dengan adanya ukuran yang bermacam-macam, pemilik yakin produk yang dihasilkan dapat menjangkau semua bidang industri yang memakai tali rafia.

### 4. Keakuratan Timbangan

Keakuratan timbangan dari tali rafia itu sendiri menjadi salah satu poin penting di pasar karena konsumen menginginkan produk yang sesuai dengan harga dan kualitasnya. Ada produsen tali rafia baik secara sengaja maupun tidak sengaja mengurangi bobot timbangan dari yang seharusnya. Misalnya tali ukuran 1 kg ternyata setelah ditimbang ulang hanya berbobot 0,9 kg – 0,95 kg. Hal ini yang sangat dijaga oleh PT. Aneka Plastindo agar kepuasan pelanggan tidak hanya dari kualitas tali yang baik, harga yang terjangkau, namun keakuratan timbangan juga menjadi sorotan utama untuk menjaga kepuasan serta kepercayaan pelanggan.

© 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.



Gambaran masa depan yang akan dilakukan PT. Aneka Plastindo adalah pengembangan terhadap tali rafia itu sendiri. Pemilik memikirkan membuat kegunaan tali rafia yang biasa untuk mengikat saja menjadi suatu produk baru dengan nama tali rumpon rafia. Tali rumpon rafia adalah sekumpulan tali rafia yang disimpul mengikat sehingga membentuk seperti tali tambang yang digunakan para nelayan untuk menangkap ikan di laut. Mengingat Indonesia adalah negara maritim yang sebagian besar mata pencahariannya sebagai nelayan, tentunya tali rumpon ini akan selalu menjadi pilihan bagi para nelayan.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### VISI

Visi dari PT. Aneka Plastindo adalah “Menjadi Pabrik Daur Ulang Nomor 1 yang Memproduksi Tali Rafia di Bekasi“

### MISI

1. Menjaga kualitas tali rafia serta selalu mengikuti arah perkembangan dan permintaan pasar atas kebutuhan tali rafia.
2. Menyiapkan sumber daya manusia yang jujur, kompeten, dan pengalaman di industri daur ulang sehingga produk yang dihasilkan memiliki standar mutu yang baik.
3. Melihat terobosan baru dengan terus melakukan inovasi dan pengembangan kualitas tali rafia.

## **B. Analisis Pesaing**

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009:116), analisis pesaing adalah “Memahami apa yang ada di benak perusahaan lain dengan cara memetakan semua ide yang tersembunyi untuk masa yang akan datang. Analisis pesaing berusaha memahami perilaku pesaing dalam jangka panjang.”

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.



Melalui analisis pesaing, perusahaan dapat mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan pesaing, alasan pelanggan menggunakan produk yang dihasilkan oleh pesaing, dapat melakukan komunikasi terhadap faktor-faktor keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) secara efektif kepada pelanggan potensial. Selain itu dapat berpikir kreatif dan inovatif untuk melakukan perubahan guna meningkatkan nilai produk yang dihasilkan perusahaan dan dapat mengetahui kategori keinginan pelanggan yang tidak terpenuhi dengan menggunakan strategi *market niche* yaitu melakukan pengamatan terhadap apa yang diinginkan konsumen dan apa saja yang telah dilakukan oleh para pesaing, sehingga dapat mengetahui lebih detail mengenai kondisi pasar.

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam analisis pesaing adalah mengenai identifikasi apa saja yang terlibat dalam bisnis tersebut, karena berdasarkan hasil identifikasi tersebut dapat diketahui pesaing utama perusahaan. Selain itu, yang harus diperhatikan selanjutnya adalah analisis atribut-atribut yang dimiliki pesaing lama. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan melakukan analisis *Strengthen, Weakness, Opportunity, & Threat* (SWOT) atas bisnis yang sedang dilakukan dibandingkan dengan pesaing utama. Intinya, analisis pesaing merupakan salah satu alat yang sangat penting untuk memulai secara kreatif memikirkan kembali strategi-strategi yang dimiliki perusahaan.

Oleh sebab itu, seorang wirausaha harus mengenal dengan baik persaingan seperti apa yang akan dihadapinya. Selain itu, seorang pengusaha juga harus dapat membuat keputusan yang tepat dengan cara mengoptimalkan SDM, membentuk *team work* yang solid, menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan membuat strategi untuk memenangkan persaingan. Pengusaha harus selalu siap waspada siapa pesaingnya, apa saja kekuatan dan kelemahannya, strategi apa yang mereka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKG (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.





gunakan, serta menetapkan dan merancang strategi terbaik dan paling efektif bagi perusahaan, sehingga perencanaan pemasaran yang diterapkan dapat berfungsi dengan baik dan maksimal.

PT. Aneka Plastindo melakukan analisis pesaing dengan melakukan penilaian terhadap produk sejenis yang dipasarkan di daerah sekitar Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (JABODETABEK), mencari informasi sebanyak-banyaknya tentang tingkat kepuasan konsumen yang diharapkan dari produk sejenis lainnya.

Dari pengamatan yang penulis dapatkan, perusahaan yang sudah berjalan sebelumnya untuk mendapatkan informasi para pesaingnya biasanya diperoleh dengan cara sebagai berikut:

1. Melakukan observasi personal ke konsumen yang memakai langsung atau yang memasarkan produk perusahaan pesaing dengan mengamati bagaimana produk tersebut ditawarkan kepada pelanggan, dan mengamati bagaimana kebijakan mengenai harga.
2. Memberikan pertanyaan kepada konsumen yang memakai langsung atau yang memasarkan produk perusahaan pesaing untuk mengetahui kesan tentang produk yang mereka pakai atau jual. Hal ini dilakukan untuk mengetahui dan mempelajari pendapat konsumen mengenai perbandingan kualitas produk dan harga antara perusahaan yang akan didirikan nantinya dengan perusahaan pesaing.
3. Menunjukkan sampel produk pemilik agar pemilik dapat mendengar secara langsung keinginan ataupun permintaan pasar atas kebutuhan tali rafia. Disamping itu, pemilik dapat mempunyai gambaran awal atas penilaian konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

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.



4. Mencari informasi melalui internet mengenai perusahaan karena dapat melihat produk apa yang ditawarkan, pemasaran serta harga jual dari produk tersebut.

Penulis mengharapkan dengan adanya analisis pesaing ini dapat melihat keunggulan bisnisnya sendiri maupun kelebihan serta kekurangan pesaing, sehingga pengusaha dapat memperbaiki kekurangannya dan meningkatkan kelebihannya untuk dapat menjadi lebih baik di masa yang akan datang.

PT. Aneka Plastindo berencana untuk mendirikan usahanya di daerah Bantargebang, Bekasi, Jawa Barat sehingga dalam mengumpulkan bahan baku sangatlah dekat. Seperti yang diketahui daerah sekitar sudah banyak pabrik usaha daur ulang limbah plastik maupun karung yang beraktivitas di sekitarnya. Menanggapi hal ini, pemilik memetakan pesaing baik yang secara langsung maupun secara tidak langsung yang bersentuhan dengan usaha pemilik.

Pesaing langsung adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Pesaing suatu perusahaan dapat dikategorikan pesaing yang kuat dan pesaing yang lemah atau ada pesaing yang dekat yang memiliki produk yang sama atau memiliki produk yang mirip. Pesaing tidak langsung adalah perusahaan yang menghasilkan barang yang tidak sama dengan yang kita tawarkan, namun dapat dikategorikan sebagai pesaing tali rafia juga.

Berikut ini adalah daftar beberapa pesaing dari PT. Aneka Plastindo.

1. Pesaing langsung PT. Aneka Plastindo:

Belum ada pesaing langsung dikarenakan PT. Aneka Plastindo adalah *pioneer* dalam produksi tali rafia daur ulang ini.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



2. Pesaing tidak langsung PT. Aneka Plastindo:

a) PT. Tondi Raya Sentosa

Jenis Produk	: Tali Rafia
Bahan Baku	: Biji <i>Polypropilene</i> (PP) Murni
Alamat	: Jl Raya Narogong KM 12,5 Bekasi

b) PT. Xentury Plastindo

Jenis Produk	: Tali Rafia
Bahan Baku	: Plastik <i>Polypropilene</i> (PP)
Alamat	: Jl Raya Narogong KM 14 Bekasi

c) PT. Gunung Timur

Jenis Produk	: Tali Rafia
Bahan Baku	: Biji <i>Polypropilene</i> (PP) Murni
Alamat	: Jl Raya Narogong KM 10 Bekasi

Mengingat pabrik tali rafia tersebut telah berdiri terlebih dahulu maka selain merupakan pesaing mereka juga dapat dijadikan standar acuan pembelajaran bagi PT. Aneka Plastindo untuk terus bertahan dan berkembang menjadi lebih baik.

Perusahaan akan menganalisis kekuatan dan kelemahan para pesaingnya melalui data dan informasi yang diperoleh dari pemakai produk pesaing secara langsung maupun penjual produk pesaing itu sendiri dan *browsing* di internet.

© 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 3.5**  
**Kekuatan dan Kelemahan pesaing PT. Aneka Plastindo**

No	Variabel	PT. Tondi Raya Sentosa	PT. Xentury Plastindo	PT. Gunung Timur
1	Harga Tali Rafia	Mahal	Wajar	Mahal
2	Ketebalan Tali Rafia	Tebal	Tebal	Tipis
3	Kekuatan Tali Rafia	Cukup	Tidak kuat	Kuat
4	Warna Tali Rafia	Cukup	Kusam	Sangat Cerah
5	Keakuratan Timbangan Tali Rafia	Sesuai	Sesuai	Sesuai

Sumber: PT. Aneka Plastindo, 2017

Berdasarkan Tabel 2.5 dapat dilihat bahwa terdapat 3 pesaing utama PT. Aneka Plastindo, yaitu PT. Tondi Raya Sentosa, PT. Xentury Plastindo, dan PT. Gunung Timur. Hal ini dapat dilihat dari sisi harga tali rafia PT. Xentury Platindo termasuk kategori wajar dengan tingkat ketebalan tali yang tebal, namun peminatnya kurang untuk tali rafia tersebut. Sedangkan PT. Tondi Raya Sentosa dan PT. Gunung Timur cukup bersaing dari sisi harga dan keakuratan timbangan, namun dari ketebalan dan kekuatan tali PT. Tondi Raya Sentosa lebih baik dibandingkan PT. Gunung Timur.

### C Segmentasi Pasar

Sebelum menjalankan bisnis, perusahaan perlu mengidentifikasi pasar yang akan dituju. Untuk itu, perusahaan perlu melakukan analisis segmentasi pasar. Segmentasi pasar adalah pemilahan pasar ke dalam bagian yang lebih kecil. Dalam ilmu *marketing*, menurut Izzudin I. Mujib, dkk. (2011:18), segmentasi memiliki peran sebagai berikut:

1. Memungkinkan pemilik untuk lebih fokus masuk ke pasar sesuai keunggulan kompetitif perusahaan



2. Mendapat masukan mengenai peta kompetisi dan posisi produk di pasar
3. Merupakan dasar bagi pemilik untuk mempersiapkan strategi marketing berikutnya
4. Menjadi faktor kunci untuk mengalahkan pesaing dengan memandang pasar dari sudut keunikan dan cara yang berbeda

Penulis dalam memasarkan produknya akan membagi kedalam 2 segmentasi, yaitu:

a) Segmentasi Demografi

Produk tali akan dipasarkan ke hampir seluruh wilayah di Indonesia, seperti Jawa, Kalimantan, dan Sumatera.

b) Segmentasi Industri

Pemilik memasarkan produk tali rafia ke seluruh sektor industri, baik rumah tangga, UMKM, maupun perusahaan besar.

**© 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.

#### **D. Ramalan Industri dan Pasar**

Ramalan industri menurut Kotler dan Armstrong (2010:158), adalah

“Seni memperkirakan jumlah permintaan di masa yang akan datang. Hal tersebut dilakukan dengan mengantisipasi apa yang tampaknya akan dilakukan pembeli dibawah kondisi masa depan tertentu.”

Ramalan industri yang akurat sangat penting dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Pengurangan biaya dapat dicapai dengan meramalkan penjualan secara lebih akurat daripada pesaing lainnya.

Tujuan melakukan ramalan industri adalah untuk memperkirakan permintaan terhadap suatu jasa atau barang pada masa yang akan datang dengan



memperhitungkan apa yang mungkin dilakukan oleh konsumen pada masa yang akan datang.

Namun tidak semua pengusaha berhasil masuk ke industri yang mereka tuju, seringkali terbentur masalah ekonomi, kondisi lingkungan, bahkan ancaman dari pendatang baru. PT. Aneka Plastindo sadar akan masalah yang akan dihadapi, untuk menanggulangnya perlu diadakan analisis mengenai daya tarik suatu industri, yang tentunya menjadi “senjata” utama untuk bertahan ditengah-tengah persaingan yang ketat kedepannya. Analisis mengenai daya tarik industri ini, juga berguna untuk memahami keadaan lingkungan bisnis dengan jelas, sehingga kita dapat dengan mudah membuat strategi yang cocok dengan masalah yang muncul.

Menurut Porter dalam Zimmerer dkk. (2008:170), terdapat alat yang berguna untuk menganalisis daya tarik suatu industri yaitu model lima kekuatan. Lima kekuatan itu akan berinteraksi satu sama lain untuk menentukan posisi dimana berbagai perusahaan bersaing dan karenanya menentukan daya tarik industri tersebut. Lima kekuatan tersebut antara lain :

#### 1. Persaingan antar Perusahaan yang Bersaing dalam Industri yang Sama

Tekanan yang paling besar dari kelima kekuatan di kebanyakan industri adalah persaingan yang ada di antara perusahaan yang bersaing dalam sebuah pasar tertentu. Perusahaan-perusahaan dalam sebuah pasar bersaing untuk posisi tertentu dalam usaha mendapatkan keunggulan bersaing. Ketika suatu perusahaan menciptakan suatu inovasi atau mengembangkan suatu strategi yang unik dan mengubah pasar, perusahaan pesaingnya harus beradaptasi serta menghadapi risiko terlempar keluar dari bisnisnya. Tekanan ini membuat pasar sebagai tempat yang sangat dinamis dan kompetitif.

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Umumnya, suatu industri akan lebih menarik jika terdapat kondisi-kondisi sebagai berikut:

- a. Jumlah pesaing sedikit, kurang dari lima.
- b. Para pesaing memiliki ukuran dan kemampuan yang berbeda.
- c. Industri terkait tumbuh dengan cepat.
- d. Ada peluang untuk menjual suatu produk atau jasa yang terdiferensiasi.

Dalam hal ini, PT. Aneka Plastindo merupakan industri yang menarik karena belum memiliki pesaing secara langsung yang khusus menjual tali rafia daur ulang. Ada pesaing yang secara tidak langsung menjadi pesaing PT. Aneka Plastindo karena menjual produk yang ditawarkan yaitu tiga pesaing (PT. Tondi Raya Sentosa, PT. Xentury Plastindo, dan PT. Gunung Timur).

2. Daya Tawar Pemasok Industri

Semakin besar daya tarik yang dimiliki para pemasok bahan mentah penting, semakin rendah daya tarik industri tersebut. Umumnya, sebuah industri akan menarik jika ada kondisi-kondisi berikut ini, yaitu :

- a. Ada banyak pemasok
- b. Ada produk-produk substitusi yang tersedia untuk berbagai barang yang disediakan oleh pemasok.
- c. Mudah untuk berpindah dari satu pemasok ke pemasok lainnya.

Berdasarkan daya tawar pemasok industri, PT. Aneka Plastindo memiliki daya tarik karena bahan baku yang digunakan berasal dari limbah karung bekas sehingga memiliki banyak pemasok dan mudah untuk berpindah dari satu pemasok ke pemasok lainnya.

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

**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.

3. Daya Tawar Para Pembeli

Para pembeli berpotensi menggunakan kekuatan penting mereka atas suatu usaha, sehingga membuat usaha tersebut kurang menarik. Pada umumnya, suatu industri akan lebih menarik jika terdapat kondisi-kondisi:

- a. Jumlah pembeli dalam industri besar.
- b. Para pelanggan menginginkan berbagai produk diferensiasi, bukan membeli produk komoditas yang dapat mereka peroleh dari emasok manapun.
- c. Para pelanggan sulit mengumpulkan informasi mengenai biaya, harga, dan berbagai fitur produk pemasok.
- d. Berbagai barang yang dijual oleh perusahaan dalam industri tersebut merupakan bagian yang relatif kecil dari biaya total barang jadi para pelanggan.

Dalam hal ini PT. Aneka Plastindo merupakan industri yang menarik karena memiliki banyak pembeli yang dibuktikan dengan observasi awal yang dilakukan pemilik terhadap 10 konsumen dari berbagai sektor industri yang berbeda.

4. Ancaman Masuknya Pemain Baru dalam Industri yang Sama

Semakin besar kumpulan calon pemain baru dalam suatu industri, semakin besar pula ancamannya bagi perusahaan yang telah ada dalam suatu industri, semakin besar pula ancamannya bagi perusahaan yang telah ada di dalam industri tersebut. Pada umumnya, suatu industri akan dianggap lebih menarik bagi pemain baru jika ada kondisi-kondisi sebagai berikut:





- a. Persyaratan permodalan untuk memasuki industri tersebut rendah.
- b. Keuntungan dari skala ekonomis tidak ada.
- c. Keuntungan biaya tidak berhubungan dengan ukuran perusahaan.
- d. Para pembeli tidak terlalu setia pada suatu merek, hingga mempermudah pemain baru untuk menarik pelanggan dari perusahaan yang telah ada.
- e. Pemerintah, melalui kebijakan perdagangan internasional dan peraturan dagangnya, tidak membatasi perusahaan baru memasuki industri tersebut.

Berdasarkan hal ini, PT. Aneka Plastindo tidak memiliki tingkat masuknya pemain baru yang cukup tinggi karena modal yang dibutuhkan cukuplah besar serta lokasi yang strategis sulit didapat.

#### 5. Ancaman Produk atau Jasa Substitusi

Produk atau jasa substitusi dapat mengubah keseluruhan industri. Pada umumnya, suatu industri akan lebih menarik jika memiliki kondisi-kondisi sebagai berikut:

- a. Produk-produk substitusi yang berkualitas tidak langsung tersedia.
- b. Harga produk substitusi tidak terlalu murah dibanding harga produk industri itu sendiri.
- c. Biaya peralihan para pembeli ke produk substitusi tinggi.

Berdasarkan hal di atas, PT. Aneka Plastindo memiliki ancaman produk substitusi yang cukup rendah, karena biaya peralihan ke produk substitusi tinggi. (Misalnya dengan memakai tali yang terbuat dari bahan nilon jauh lebih mahal dibandingkan dengan tali rafia pemilik).

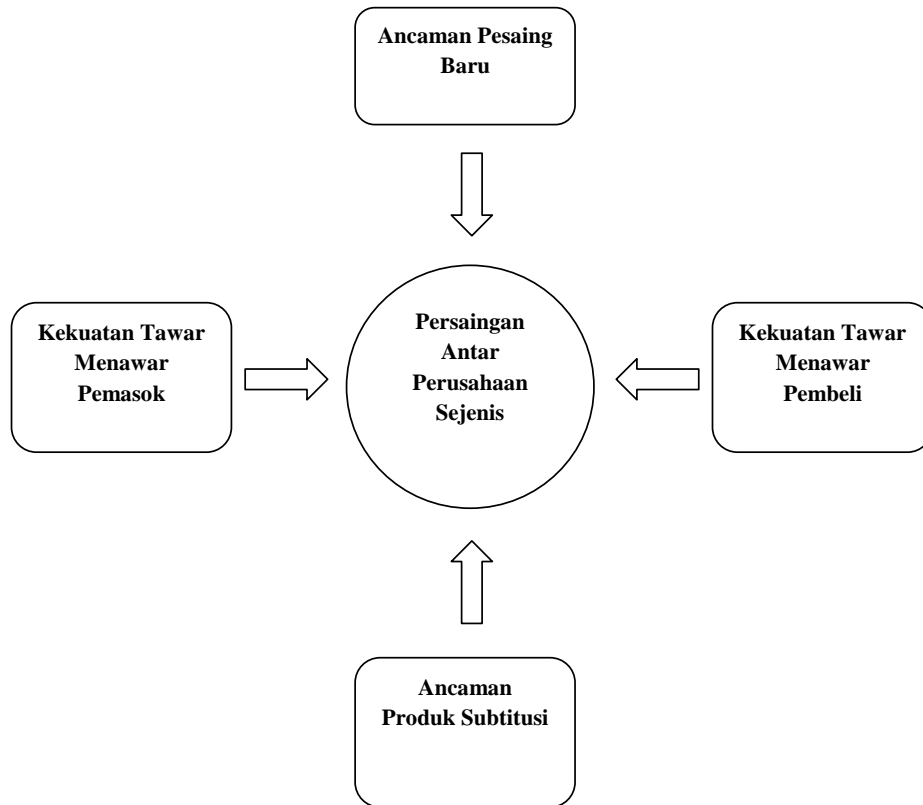
### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.

**Gambar 3.1**  
**Lima Kekuatan Porter**



Sumber : Porters pada David (2011:146)

**© 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.

**E. Analisis PESTEL**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**1. Politic**

Peristiwa politik dan sosial yang terjadi di Indonesia saat ini dapat memberi dampak merugikan pada kegiatan bisnis di Indonesia. Indonesia telah mengalami proses perubahan demokrasi, yang mengakibatkan timbulnya berbagai peristiwa sosial dan politik yang menimbulkan ketidakpastian peta politik di Indonesia. Peristiwa ini secara umum telah menimbulkan ketidakpastian politik, di samping gejolak sosial dan sipil yang tercermin. Tidak ada jaminan bahwa situasi politik di Indonesia akan stabil atau Pemerintah akan menerapkan kebijakan ekonomi yang kondusif untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi saat ini. Pada tahun 2017



diadakan Pemilihan Kepala Daerah. Hal ini dapat menjadi ancaman apabila kondisi politik memburuk.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 2. *Economy*

Situasi perekonomian di Indonesia pada tahun-tahun yang akan datang akan terus meningkat. Hal ini berdasarkan pada umumnya periode awal Presiden dilantik, pembangunan ekonomi akan juga membaik.

## 3. *Social*

Jika situasi ekonomi berangsur baik maka keadaan sosial pun akan ikut membaik. Begitu pula dengan daya beli masyarakat, tingkat kemiskinan, akan mengalami perbaikan sehingga menciptakan sebuah peluang dalam bidang usaha bisnis ini.

## 4. *Technology*

Dengan seiring berjalannya waktu perkembangan teknologi terus mengalami perkembangan dan semakin canggih, hal ini membawa pengaruh bagi industri ini, yaitu dengan semakin canggihnya teknologi yang digunakan akan mempermudah proses daur ulang limbah karung.

## 5. *Environment*

Lingkungan di Bantargebang, Bekasi merupakan kawasan pembuangan sampah terpadu yang mana merupakan tempat utama bahan baku semua jenis limbah pada umumnya dan limbah karung pada khususnya sehingga kondisi lingkungan dinilai sangat baik dan merupakan peluang usaha yang baik.

## 6. *Legal*

Peraturan-peraturan yang ada sampai saat ini tidak terlalu berdampak secara signifikan. Melainkan ikut membantu program pemerintah dalam rangka mengatasi limbah plastik pada khususnya.

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.



## F. Analisis *Competitive Profile Matrix*

Salah satu *tools* manajemen strategis yang mampu membantu manajemen untuk menyelidiki dan memetakan posisi pesaing utama dibandingkan dengan perusahaan adalah matriks profil kompetitif (*Competitive Profile Matrix-CPM*).

Matriks profil kompetitif terdiri dari komponen-komponen berikut:

### 1. *Critical Success Factor*

*Critical success Factor* atau faktor penentu keberhasilan, merupakan faktor-faktor terpenting yang mempengaruhi keberhasilan organisasi. Faktor-faktor disebut diambil setelah dilakukan analisis yang mendalam mengenai kondisi eksternal dan internal lingkungan perusahaan. Ini dilakukan karena dalam lingkungan eksternal maupun internal, banyak faktor yang secara nyata memberikan dampak baik dan buruk bagi perusahaan.

*Critical success Factor* memiliki peringkat lebih tinggi dibanding pesaingnya menunjukkan bahwa strategi perusahaan terhadap faktor-faktor penentu keberhasilan tersebut telah berhasil dengan baik, atau dalam kata lain merupakan kekuatan perusahaan. Sedangkan peringkat yang lebih rendah berarti strategi perusahaan dalam mendukung faktor-faktor tersebut masi kurang, atau dengan kata lain menjadi kelemahan perusahaan

### 2. *Rating/ Peringkat*

*Rating* atau peringkat dalam CPM menunjukkan tanggapan atau respons perusahaan terhadap faktor-faktor penentu keberhasilan. *Rating* tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dengan baik mampu merespons faktor penentu keberhasilan dan hal ini menunjukkan kekuatan utama

© 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.



perusahaan. Kisaran peringkat diberikan antara 1,0-4,0 dan dapat diterapkan pada setiap faktor. Ada beberapa poin penting yang terkait dengan pemberian rating di CPM, antara lain:

- a. *Rating* akan diterapkan ke setiap *critical succes factor*
- b. Respon perusahaan yang kurang terhadap *critical success factor* diwakili oleh 1,0. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kelemahan utama perusahaan.
- c. Respon rata-rata terhadap *critical success factor* diwakili 2,0. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kelemahan minor perusahaan.
- d. Respon di atas rata-rata terhadap *critical success factor* diwakili 3,0. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kekuatan minor perusahaan.
- e. Respon di atas rata-rata terhadap *critical success factor* diwakili 3,0. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kekuatan utama perusahaan.
- f. *Weighted*  
Bobot dalam CPM menunjukkan kepentingan relatif dari faktor untuk menjadi penentu kesuksesan perusahaan dalam industri. Bobot berkisar dari 0,0 yang berarti tidak penting dan 1,0 yang paling penting. Jumlah dari semua bobot dari faktor-faktor yang dianalisis harus sama dengan 1,0.

3. *Weighted Score* (Nilai Tertimbang)

© 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.



Setiap faktor memiliki nilai tertimbang atau bobot yang berkisar 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Jumlah total seluruh bobot yang diberikan pada faktor itu harus sama dengan 1.

#### 4. *Total Weighted Score*

Jumlah nilai tertimbang adalah sama dengan total nilai tertimbang. Nilai akhir dari jumlah nilai tertimbang harus berada di antara rentang 1,0 (rendah) sampai 4,0 (tinggi). Rata-rata total nilai tertimbang untuk CPM adalah 2,5, dimana setiap perusahaan dengan total nilai tertimbang berada di bawah 2,5 dapat dikatakan dalam posisi yang lemah. Perusahaan dengan total nilai tertimbang lebih dari 2,5 dianggap memiliki posisi yang kuat dalam pasar. Dimensi lain dalam CPM adalah perusahaan dengan jumlah nilai tertimbang yang paling tinggi dianggap sebagai pemenang di antara pesaing di pasar.

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

Tabel 2.7 menunjukkan *Competitive Profile Matrix* yang membandingkan PT. Aneka Plastindo dengan pesaing terdekatnya.

### © 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.



**Tabel 3.6**  
**Competitive Profile Matrix**

Faktor Keberhasilan	Bobot	Rencana PT Aneka P.		PT. Tondi Raya		PT. Gunung Timur	
		Peringkat Nilai		Peringkat Nilai		Peringkat Nilai	
Price	0.15	3	0.45	2	0.30	3	0.45
Product Quality	0.25	3	0.75	3	0.75	3	0.75
Differentiation	0.15	4	0.60	3	0.45	4	0.60
Service Quality Management	0.20	3	0.60	3	0.60	3	0.60
Location	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40
Advertising	0.15	2	0.30	4	0.60	4	0.60
<b>Total</b>	<b>1.00</b>	<b>3.10</b>		<b>3.10</b>		<b>3.40</b>	

**Keterangan :**

- (1). Bobot yang memiliki angka tertinggi merupakan faktor paling penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan, jika ada bobot yang sama berarti dianggap sama pentingnya.
- (2). Total bobot yang diberikan secara keseluruhan berjumlah 1.
- (3). Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, *4 = major strength*, *3 = minor strength*, *2 = minor weakness*, *1 = major weakness*
- (4). Skor adalah hasil perkalian dari bobot dan peringkat.

Berdasarkan Tabel 2.6, dapat terlihat bahwa PT. Aneka Plastindo memiliki nilai yang hampir sama dengan pesaing terkuatnya yaitu PT. Tondi Raya Sentosa. Namun dalam interpretasi perusahaan yang memiliki nilai lebih rendah belum tentu lebih buruk daripada perusahaan dengan nilai lebih tinggi. Angka-angka tersebut hanya menggambarkan kekuatan relatif dari suatu perusahaan dan menggambarkan bahwa masing-masing perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan di bidang berbeda-beda.

**G. Analisa SWOT**

Menurut Freddy Rangkuti (2014:197-203), analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan

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

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



strategi perusahaan. Dengan analisis SWOT, perusahaan dapat melihat secara objektif lingkungan internal dan eksternal dari bisnis untuk membantu mencapai kesuksesan di masa depan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Berikut ini adalah analisis SWOT dari PT. Aneka Plastindo:

1. *Strength* (Kekuatan)

*Strength* adalah faktor-faktor internal positif yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. *Strength* dari PT. Aneka Plastindo antara lain :

- a. Harga yang terjangkau untuk target pasar (*Price*). PT. Aneka Plastindo menawarkan produk dengan harga seperti yang tertera pada Tabel 2.7.

**Tabel 3.7**  
**Harga Produk PT. Aneka Plastindo**

UKURAN	WARNA	HARGA (Rp)
1 kg	Hitam	11.000
	Merah, Kuning, Hijau, Biru	12.000
0,8 kg	Hitam	8.700
	Merah, Kuning, Hijau, Biru	9.500
0,5 kg	Hitam	6.000
	Merah, Kuning, Hijau, Biru	6.500
0,3 kg	Hitam	4.200
	Merah, Kuning, Hijau, Biru	4.500

Harga tersebut sangat terjangkau sesuai dengan kualitas produk yang dijual.

- b. Tali rafia yang dihasilkan adalah yang tipis dan kuat (*Product Quality*) sehingga bisa menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk memilih produk pemilik.
- c. pemilik membuat tali rafia dengan berbagai macam ukuran dan warna (*Differentiation*) sesuai dengan arah bisnis pemilik yang ingin menggapai semua sektor bisnis yang menggunakan tali rafia.

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.





- d. Selalu mengedepankan tingkat kakuratan timbangan (*Service Quality*) untuk menjaga kepercayaan konsumen dalam membeli produk pemilik. Bahkan pemilik memberikan jaminan berupa pengembalian produk apabila produk tidak akurat berat/bobotnya.
- e. Lokasi yang strategis (*Location*), terletak di pusat Bantargebang, Bekasi, Jawa Barat yang memudahkan dalam pembelian bahan baku.
- f. Promosi yang gencar dilakukan untuk memperluas pasar yang ingin dimasuki (*Advertising*). Promosi ini dilakukan pada awal berdirinya perusahaan hingga seterusnya. Fokus promosi PT. Aneka Plastindo adalah pemasaran di *Internet*.

## 2. *Weakness* (Kelemahan)

*Weakness* adalah faktor-faktor internal negatif yang menghambat kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya.

Kelemahan yang dimiliki oleh PT. Aneka Plastindo adalah :

- a. Belum memiliki reputasi yang baik, karena perusahaan baru didirikan dan belum dikenal oleh masyarakat.
- b. SDM di daerah Bantargebang yang kurang dari sisi minat dan pengalaman di bidang daur ulang plastik.

## 3. *Opportunities* (Peluang)

*Opportunities* adalah faktor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya.

Peluang yang dimiliki oleh PT. Aneka Plastindo antara lain :

- a. Dapat melakukan ekspansi bisnis dengan membuka cabang pabrik daur ulang baru untuk menambah kapasitas.
- b. Perkembangan *trend*

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



- c. Memiliki Lingkungan yang aman untuk pencarian bahan baku.
- d. Pesaing yang berada di bidang yang sama masih belum ada

#### 4. *Threat* (Ancaman)

*Threat* adalah kekuatan eksternal negatif yang menghalangi kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuan. Hal-hal yang menjadi ancaman bagi PT. Aneka Plastindo adalah munculnya pesaing baru.

Strategi yang bisa digunakan antara lain sebagai berikut :

#### 1. Strategi SO

- a. Memanfaatkan bahan baku limbah yang ada untuk membantu menekan biaya produksi agar harga jual dapat bersaing dengan tali rafia pesaing lainnya. (S1,S5,O2,O3,O4).
- b. Lokasi tempat berdiri didukung dengan lingkungan yang aman dan merupakan pusat bahan baku yang dapat menciptakan keuntungan tersendiri. (S1,S5,O3,O4).
- c. Tetap menjaga kualitas ketebalan dan kekuatan tali rafia .(S1,S2,O1,O2,O4).
- d. Menciptakan merek baru sebagai diferensiasi produk agar menjadi lebih hidup di pasar. (S1, S2,S3,S4, O1,O2,O4).
- e. Dengan secara berkala melakukan sampling check atas kualitas dan keakuratan timbangan tali rafia. (S2,S4,O2,O4).

#### 2. Strategi ST

- a. Meningkatkan efisiensi harga, dan melakukan inovasi warna tali yang lebih mengkilap, agar jenis tali rafia tidak mudah ditiru. (S3, T1).

### © 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.

- b. Memberikan harga khusus kepada konsumen yang memesan produk pemilik dalam jumlah yang besar. (S1, T1).

### 3. Strategi WO

- a. Memperkerjakan tenaga pemasaran untuk memperkenalkan produk pemilik. (W1, O1,O2).
- b. Mengadakan seleksi masuk untuk karyawan baru dan bekerjasama dengan lingkungan RT/RW untuk menciptakan lapangan kerja di wilayahnya dengan pemberdayaan masyarakat sekitar. (W2, O1, O4).

### 4. Strategi WT

Memberikan pelatihan kepada pekerja baru berupa training yang dilakukan secara intensif baik teori maupun praktik. (W2,T1).

## **© 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 3.8**  
**SWOT Matrix PT. Aneka Plastindo**

<p><b>© Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</b></p>	Faktor Internal	<u>Strength</u>	<u>Weakness</u>
	Faktor Eksternal	<p>1.Harga Terjangkau (<i>Price</i>)</p> <p>2.Tali Tipis dan Kuat (<i>Product Quality</i>)</p> <p>3.Warna &amp; Ukuran Beragam (<i>Differentiation</i>)</p> <p>4.Keakuratan Timbangan ( <i>Service Quality</i>)</p> <p>5.Lokasi strategis ( <i>Location</i>)</p> <p>6.Promosi internet (<i>Advertising</i>)</p>	<p>1.Brand image belum dikenal</p> <p>2.SDM yang kurang minat dan pengalaman kerja</p>
	<u>Opportunity</u>	S-O Strategy	W-O Strategy
	<p>1. Ekspansi bisnis</p> <p>2. Perkembangan tren</p> <p>3. Bahan baku yang aman</p> <p>4. Pesaing di bidang sama belum ada</p>	<p>1. Memanfaatkan bahan baku limbah yang ada untuk membantu menekan biaya produksi agar harga jual dapat bersaing dengan tali rafia pesaing lainnya. (S1,S5,O2,O3,O4).</p> <p>2. Memilih lokasi di lingkungan yang aman dan merupakan pusat bahan baku yang dapat menciptakan keuntungan tersendiri. (S1,S5,O3,O4)</p> <p>3. Tetap menjaga kualitas ketebalan dan kekuatan tali rafia .(S1,S2,O1,O2,O4)</p> <p>4. Menciptakan merek baru sebagai diferensiasi produk agar menjadi lebih hidup di pasar. (S1, S2,S3,S4, O1,O2,O4).</p> <p>5. Dengan secara berkala melakukan <i>sampling check</i> atas kualitas dan keakuratan timbangan tali rafia. (S2,S4,O2,O4).</p>	<p>1. Memperkerjakan tenaga pemasaran untuk memperkenalkan produk pemilik (W1, O1,O2).</p> <p>2. Mengadakan seleksi masuk untuk karyawan baru dan bekerjasama dengan lingkungan RT/RW untuk menciptakan lapangan kerja di wilayah nya dengan pemberdayaan masyarakat sekitar. (W2, O1, O4).</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Tabel 3.8**  
**SWOT Matrix PT. Aneka Plastindo**

Threat	S-T Strategy	W-T Strategy
<p>1. Munculnya pesaing baru</p> <p>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>1. Meningkatkan efisiensi harga, dan melakukan inovasi warna tali yang lebih mengkilap, agar jenis tali rafia tidak mudah ditiru. (S3, T1).</p> <p>2. Memberikan harga khusus kepada konsumen yang memesan produk pemilik dalam jumlah yang besar.(S1, T1).</p>	<p>1. Memberikan pelatihan kepada pekerja baru berupa <i>training</i> yang dilakukan secara intensif baik teori maupun praktek (W2,T1)</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis**