



BAB II

ANALISIS INDUSTRI

© Hak cipta milik IBI RKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, industri adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misal mesin. Menurut Badan Pusat Statistik, industri adalah sebuah kesatuan unit usaha yang menjalankan kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk menghasilkan barang atau jasa yang berdomisili pada sebuah tempat atau lokasi tertentu dan memiliki catatan administrasi sendiri

(Sumber : <http://hedisasrawan.blogspot.com/2014/01/pengertian-industri-artikel-lengkap.html>).

Jasa industri adalah kegiatan industri yang melayani keperluan pihak lain.

Pada kegiatan ini bahan baku disediakan oleh pihak lain sedangkan pihak pengolah hanya melakukan pengolahannya dengan mendapat imbalan sejumlah uang atau barang sebagai balas jasa (upah makloon), misalnya perusahaan penggilingan padi yang melakukan kegiatan menggiling padi/gabah petani dengan balas jasa tertentu

(Sumber : http://www.bps.go.id/menutab.php?tabel=1&id_subyek=09).



Suatu industri berbeda antara satu dan lainnya didasarkan atas karakteristik

ekonomi, situasi persaingan, dan prospek perkembangannya di masa datang. Tingkat perubahan berbagai faktor seperti teknologi, ekonomi, pasar dan persaingan akan bergerak dalam satu range tertentu mulai dari yang lambat sampai dengan yang cepat. Analisis industri dan persaingan akan menggunakan alat dan teknik tertentu bagi perusahaan untuk dapat menyesuaikan dengan perubahan dan kemudian membentuk kekuatan dalam menghadapi persaingan.

Segmentasi Pasar

Menurut Kotler&Keller (2009:292),

“segmen pasar terdiri dari kelompok pelanggan yang memiliki seperangkat keinginan yang sama. Ada empat kelompok segmentasi yang digunakan secara luas untuk melakukan segmentasi pasar konsumen, yaitu: geografis, demografis, psikografis, behavioral.”

Segmentasi geografis, yang mengharuskan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, wilayah, propinsi, kota, atau lingkungan rumah tangga. Perusahaan dapat memutuskan untuk beroperasi dalam satu atau sedikit wilayah geografis atau beroperasi dalam seluruh wilayah, tetapi memberikan perhatian pada perbedaan lokal.

Variabel	Sasaran
Negara	Indonesia
Provinsi	Sulawesi Utara
Kota	Manado
Wilayah	Singkil
Lingkungan	Perumahan dan Kost

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 Gie



Segmentasi demografis, dimana pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok

berdasarkan variabel usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, dan kelas sosial. Variabel-variabel yang ada dalam demografis merupakan dasar yang paling populer untuk membedakan kelompok-kelompok pelanggan.

Variabel	Sasaran
Usia	18 – 70 Tahun
Jenis Kelamin	Pria dan Wanita
Pekerjaan	Pengusaha, Ibu Rumah Tangga, Pegawai, dan Mahasiswa
Penghasilan	Minimal Rp. 1.000.000
Agama	Semua Agama
Ras	Semua Ras
Kewarganegaraan	Semua Kewarganegaraan
Kelas Sosial	Menengah – Atas

Segmentasi psikografis, para pembeli dibagi menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan gaya hidup atau kepribadian atau nilai. Orang-orang dalam kelompok demografis yang sama dapat menunjukkan gambaran psikografis yang sangat berbeda.

Variabel	Sasaran
Gaya Hidup	Praktis, mudah, dan cepat

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.



Segmentasi behavioral, pembeli dibagi menjadi kelompok-kelompok

berdasarkan pengetahuan, sikap, pemakaian, atau tanggapan terhadap produk atau jasa tertentu.

Variabel	Sasaran
Status Pemakai	Teratur
Sikap atau Tanggapan terhadap jasa	Positif

A. Gambaran Masa Depan

Untuk memprediksi bagaimana perkembangan bisnis yang akan dibangun di kemudian hari, maka diperlukan adanya gambaran masa depan. Oleh sebab itu, perlu dipelajari jumlah penduduk, daya beli, jumlah pelanggan potensial dan hal-hal yang berhubungan dengan minat konsumen di daerah tersebut.

Berikut beberapa sasaran dari *Singkil Laundry* :

Tabel 2.1

Jumlah Penduduk menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin Kota

Manado tahun 2012

Kecamatan	Jumlah Penduduk		Total Penduduk
	Laki-laki	Perempuan	
Malalayang	28.407	28.176	56.583
Sario	11.680	11.603	23.283
Wanea	28.698	28.518	57.216
Wenang	16.434	16.329	32.763
Tikala	14.480	14.359	28.839
Paal Dua	21.165	21.031	42.196
Mapanget	25.280	25.073	50.353
Singkil	23.675	23.525	47.200
Tuminting	26.156	25.991	52.147
Bunaken	10.623	10.554	21.177
Bunaken Kepulauan	2.876	2.850	5.726
Manado	209.474	208.009	417.483

Sumber : <http://manadokota.bps.go.id/index.php?hal=tabel&id=7>

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



Berdasarkan tabel 2.1, dapat dilihat bahwa jumlah penduduk di kota Manado khususnya kecamatan Singkil yaitu 47.200 jiwa dan diperkirakan setiap tahun akan bertambah dan ini merupakan salah satu peluang bisnis bagi *Singkil Laundry* karena sasaran *Singkil Laundry* adalah laki-laki ataupun perempuan yang ada di dalam suatu rumah tangga.

Tabel 2.2

Upah Buruh Minimum Sulawesi Utara tahun 2013 dan 2014

Provinsi	2013	2014	Persentase
Sulawesi Utara	Rp. 1.550.000	Rp. 1.900.000	23%

Sumber : www.gajimu.com

Berdasarkan tabel 2.2, dapat dilihat bahwa setiap tahunnya upah buruh minimum provinsi Sulawesi Utara meningkat, tahun 2013 sebesar Rp. 1.550.000 dan pada tahun 2014 meningkat menjadi sebesar Rp. 1.900.000. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di kota Manado memiliki uang lebih untuk disisihkan untuk kebutuhan *laundry* mereka. Ini merupakan peluang dengan prospek yang menjanjikan bagi *Singkil Laundry*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Tabel 2.3

PDRB atas dasar harga Konstan menurut lapangan usaha Kota

Manado tahun 2010 - 2012

Lapangan Usaha	2010	2011	2012
Jasa-Jasa	1.086.301,76	1.148.936,41	1.195.354,38
A. Pemerintahan Umum	712.216,47	745.086,10	763.428,85
1. Administrasi Pemerintahan	712.216,47	745.086,10	763.428,85
2. Jasa Pemerintahan	0,00	0,00	0,00
B. Swasta	374.085,29	403.805,31	431.925,53
1. Jasa Sosial	91.567,73	106.278,48	116.316,13
2. Jasa Hiburan	66.595,01	72.306,72	78.441,35
3. Jasa Perorangan	215.922,55	225.265,12	237.168,05

Sumber : <http://manadokota.bps.go.id/index.php?hal=tabel&id=40>

Berdasarkan tabel 2.3 lapangan usaha jasa terus meningkat dari tahun 2010-2012, hal ini menunjukkan bahwa lapangan usaha jasa termasuk jasa *laundry* akan terus di butuhkan oleh masyarakat termasuk masyarakat kota Manado khususnya daerah Singkil.

B. Visi dan Misi

1. Visi :

Visi menurut Maldewa (2014:42) adalah :

“pernyataan tentang pandangan jauh ke depan mengenai bisnis yang akan dimulai. Di dalam visi bisnis ini terangkum apa saja tujuannya dan apa yang akan dicapai ke depannya”.

Visi dari *Singkil Laundry* yaitu :

“Menjadi laundry dengan konsep satuan yang memberikan layanan terbaik untuk pelanggan dan dikelola secara professional, sehingga memberikan keuntungan untuk pelanggan, karyawan, dan pemilik”.



2. Misi :

David (2011:84) juga menjelaskan bahwa :

“Sebuah pernyataan maksud yang membedakan satu organisasi dari organisasi-organisasi lain yang serupa, pernyataan misi (*mission statement*) adalah sebuah deklarasi tentang alasan keberadaan suatu organisasi. Pernyataan misi menjawab pertanyaan paling penting, “Apakah bisnis kita?” Pernyataan misi yang jelas sangat penting untuk menetapkan tujuan dan merumuskan strategi.”

Misi dari *Singkil Laundry* yaitu :

- a. Pelayanan yang penuh perhatian
- b. Hasil proses laundry yang bersih, rapih dan harum
- c. Ketepatan waktu dalam penyelesaian Laundry
- d. Tulus, ramah dan orientasi kepada pelanggan
- e. Produksi yang ramah lingkungan
- f. Manajemen yang solid.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Tujuan Perusahaan

Tujuan dari bisnis *Singkil Laundry* dibagi menjadi tujuan jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang :

1. Tujuan jangka pendek, yaitu mendapatkan konsumen di daerah singkil dan sekitarnya.
2. Tujuan jangka menengah yaitu, membuka cabang *outlet* di daerah lain di kota Manado, Sulawesi Utara.
3. Tujuan jangka panjang, yaitu melakukan ekspansi dengan membuka cabang di luar kota.



D. Analisis Lingkungan Makro

Analisis lingkungan bisnis yaitu mencakup PESTLE (*Politic, Economic, Social, Technology, Legal, dan Environmental*), merupakan alat yang sangat berguna dalam memahami gambaran menyeluruh lingkungan dimana usaha yang didirikan akan beroperasi, serta kesempatan maupun ancaman yang ada disekitarnya. Dengan pemahaman lingkungan secara menyeluruh dimana usaha perusahaan berada, diharapkan agar perusahaan dapat mengambil kesempatan yang ada serta meminimalisir risiko atau ancaman.

Berikut ini akan dibahas pengaruh faktor yang merupakan bagian dari PESTLE, yaitu Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Hukum, dan Lingkungan terhadap bisnis *Singkil Laundry*.

Analisis PESTLE (David, 2011:124) :

1. Politik, Pemerintahan, dan Hukum

Faktor politik, pemerintahan dan hukum dapat merepresentasikan peluang atau ancaman bagi sebuah perusahaan, untuk industri dan perusahaan yang sangat bergantung pada kontrak atau subsidi pemerintah, ramalan dan kebijakan politik menjadi hal yang harus diperhatikan karena dapat memberi pengaruh signifikan pada perusahaan. Kesalingtergantungan global yang semakin meningkat di kalangan ekonomi, pasar, pemerintah, dan organisasi memaksa perusahaan untuk mempertimbangkan faktor potensial dari variabel politik dalam perumusan dan penerapan strategi kompetitif mereka.

Jasa *laundry* tidak rentan dengan perubahan dalam lingkungan politik. *Singkil Laundry* merupakan usaha swasta yang tidak didukung oleh subsidi pemerintah namun tetap berpatokan pada peraturan daerah. Oleh karena itu,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



kondisi politik di Indonesia tidak mempengaruhi atau tidak menjadi ancaman maupun tidak akan menjadi peluang bisnis ini.

Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi di pasar akan mempengaruhi ekonomi bisnis baik ekonomi pasar, komando, maupun campuran. Ketika pasar bertumbuh, kekayaan konsumen dan bisnis meluas. Hal ini dikarenakan ketika terjadi pertumbuhan ekonomi yang berdampak positif pada keuangan masyarakat maka bisnis juga akan semakin meluas dikarenakan terjadi kenaikan pendapatan. Namun, jika yang terjadi sebaliknya maka setiap pengusaha yang ada harus berhati-hati karena dapat ikut berdampak pada bisnisnya. Pada masa resesi, masyarakat akan berhemat terhadap pengeluaran yang dilakukan. Sedangkan pada masa ekonomi stabil, masyarakat akan memanjakan diri untuk mendapat layanan yang serba cepat dan praktis seperti jasa *laundry*. Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang stabil, inflasi yang tidak terlampau tinggi, pendapatan masyarakat yang semakin besar akan memiliki daya beli, hal-hal ini akan menjadi peluang dalam bisnis *laundry*.

Sosial

Aspek utama dari faktor sosial merupakan gaya hidup dan tren di kalangan masyarakat. Dengan semakin sibuknya kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat membuat mereka membutuhkan segala sesuatu yang cepat dan praktis termasuk jasa *laundry* pakaian yang dikenakan oleh masyarakat sehari-hari. Tren yang berubah adalah bahwa kini pakaian tidak lagi harus dicuci sendiri dikarenakan waktu yang diperlukan dan kesibukan lain untuk melakukannya. Hal ini akan mempengaruhi permintaan konsumen terhadap jasa *laundry* pakaian yang cepat, praktis dan berkualitas.

3. 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.



4. Teknologi

Semakin majunya jaman, teknologi semakin berkembang, sehingga hal ini mengharuskan banyak perusahaan untuk terus meningkatkan teknologi yang digunakan apabila perusahaan tersebut tidak mau ketinggalan selangkah dari perusahaan lain yang telah menggunakan teknologi tercanggih saat ini. *Singkil Laundry* menggunakan mesin yang canggih seperti mesin pengering pakaian sehingga dalam menjalankan bisnis tidak perlu menunggu matahari untuk mengeringkan pakaian atau bisnis tidak terganggu walaupun musim penghujan terjadi sepanjang tahun karena terjadinya anomali cuaca seperti saat ini.

5. Lingkungan

Industri jasa *laundry* pakaian berkaitan erat dengan isu lingkungan. Hal ini dikarenakan air limbah bekas cucian yang mengandung obat-obatan kimia harus dialirkan secara benar agar tidak mencemari lingkungan. *Singkil Laundry* menggunakan *eco green* detergen yang mengandung *phosphate*. Bahan kimia *phosphate* sangat baik untuk menyuburkan tanah dan tanaman sehingga air cucian dapat ditampung dan digunakan untuk menyiram tanaman dan tanah di sekitar lingkungan *outlet*. Dengan kata lain, limbah yang dihasilkan oleh mesin *laundry* tetap ramah bagi lingkungan sekitar dan tidak mematikan ekosistem di mana limbah tersebut dibuang.

E. Analisis Lingkungan Persaingan Industri

Saat ini, pesaing merupakan salah satu faktor utama yang menjadi perhatian para pebisnis untuk mendirikan suatu usaha atau bisnis tertentu. Dengan melakukan analisis lingkungan pesaing industri, dapat diketahui kemampuan bersaing terhadap para pesaing lainnya. Apabila masih mempunyai kesempatan untuk mencapai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



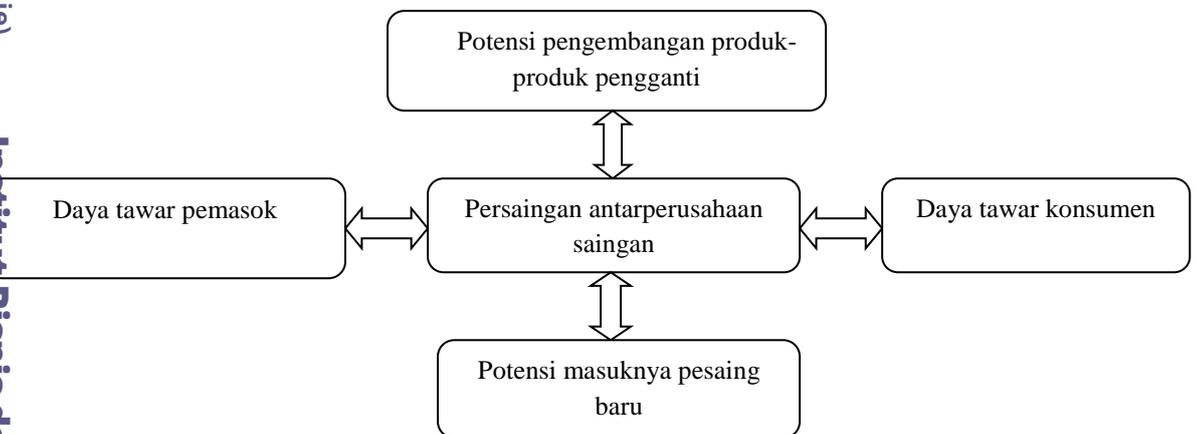
keunggulan dalam bersaing, maka bisnis itu dapat dikatakan berpotensi. Tetapi apabila setelah dilakukan analisis persaingan dan ternyata persaingan yang dianalisis tersebut tidak mempunyai kelemahan yang dapat dimanfaatkan, maka kemungkinan untuk dapat memperoleh perhatian dari masyarakat dan terus bertahan hidup pun semakin kecil.

Oleh karena itu, analisis lingkungan pesaing industri ini dapat digunakan untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh para pesaing dan cara apa saja yang dapat digunakan untuk mengalahkan para pesaing tersebut hingga pada akhirnya mencapai keunggulan dalam bersaing.

Menurut David (2011:145) model lima kekuatan Porter (*Porter's Five-Forces Model*) tentang analisis kompetitif adalah :“pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri”.

Tabel 2.4

Model Lima Kekuatan dari Kompetisi



Sumber : David (2011: 146)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



1. Potensi masuknya pesaing baru

Usaha *laundry* merupakan salah satu usaha jasa yang cepat berkembang dan menjamur yang sudah terbukti di kota besar seperti Jakarta. *Singkil Laundry* akan dilaksanakan di kota Manado yang juga merupakan kota besar dengan kebutuhan jasa yang sama yaitu jasa cuci pakaian dan non pakaian (*laundry*). Oleh karena itu, masih banyak peluang yang terbuka untuk pesaing baru. Hal ini dikarenakan untuk menjalankan usaha ini tidak terlalu sulit, sehingga ancaman pendatang baru terhadap *Singkil Laundry* semakin tinggi.

2. Pesaing sejenis dalam industri

Intensitas persaingan antar perusahaan saingan di bisnis jasa *laundry* cenderung meningkat ketika jumlah pesaing bertambah, ketika pesaing lebih setara dalam hal ukuran dan kapabilitas, ketika konsumen dapat beralih *merk* dengan mudah. Maka, ancaman pesaing sejenis tinggi terhadap *Singkil Laundry*.

3. Daya tawar pembeli

Daya tawar pembeli bisnis ini rendah, hal ini dikarenakan *Singkil Laundry* merupakan bisnis jasa yang berada di daerah padat penduduk dengan penawaran yang menarik seperti layanan antar jemput, pemberian bonus *free* 1x cuci setelah 10x cuci, ini merupakan salah satu keunggulan dari *Singkil Laundry*.

4. Ancaman produk/jasa pengganti

Di banyak industri, perusahaan akan bersaing dengan produsen produk/jasa pengganti di industry lainnya. Tekanan dari persaingan meningkat jika harga relatif produk/jasa pengganti tersebut turun dan biaya peralihan konsumen juga menurun.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Dalam hal ini, ancaman jasa pengganti terhadap jasa *laundry* masih rendah karena belum ada jasa sejenis yang dapat menggantikan jasa *laundry*.

5. Daya tawar pemasok

Daya tawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industri, khususnya ketika terdapat sejumlah besar pemasok, atau ketika hanya terdapat sedikit bahan mentah pengganti yang bagus, atau ketika biaya peralihan ke bahan mentah lain sangat tinggi. Dalam hal ini, ada banyak terdapat sejumlah *supplier* peralatan dan perlengkapan *laundry* dengan kualitas yang hampir sama. Oleh karena itu, daya tawar pemasok bisnis *laundry* rendah sehingga biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli peralatan dan perlengkapan juga rendah.

F. Analisis Pesaing

Menurut David (2011:160), Matriks Profil Kompetitif (*Competitive Profile Matrix*) mengidentifikasi: “pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus dalam hubungannya dengan posisi perusahaan sampel”.

Faktor keberhasilan penting dalam Matriks Profil Kompetitif mencakup baik isu-isu internal maupun eksternal, karenanya peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan utama.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Dalam tabel berikut adalah penilaian *Competitive Profile Matrix* antara

Ⓒ ketiga laundry:

Tabel 2.5

Matriks Profil Kompetitif *Singkil Laundry*

Faktor-Faktor Keberhasilan Penting	Bobot	<i>Singkil Laundry</i>		Si Bening		Murni	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Iklan	0,10	2	0,20	4	0,40	1	0,10
Fasilitas pendukung (layanan antar jemput)	0,20	4	0,80	1	0,20	1	0,20
Daya Saing Harga	0,30	2	0,60	3	0,90	4	1,20
Teknologi (mesin yang digunakan)	0,10	3	0,30	4	0,40	1	0,10
Lokasi Outlet	0,20	3	0,60	2	0,40	4	0,80
Brand Image	0,10	1	0,10	4	0,40	4	0,40
Total	1,00		2,60		2,70		2,80

Sumber : *Singkil Laundry*

Keterangan :

- Bobot yang memiliki angka tertinggi merupakan faktor paling penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan, jika ada bobot yang sama berarti dianggap sama pentingnya.
- Total bobot yang diberikan secara keseluruhan berjumlah 1,00
- Dalam pemberian peringkat, 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan utama
- Skor adalah hasil perkalian dari bobot dan peringkat.

Faktor yang menjadi keunggulan pada *Singkil Laundry* dibandingkan dengan para pesaingnya adalah layanan antar jemput (skor bobot= 0,80) .

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa *Singkil Laundry* sedikit lebih baik dari para pesaingnya dengan skor total 2,60. Namun, dengan keunggulan tersebut masih ada beberapa faktor yang perlu diperbaiki seperti daya saing harga dan teknologi yang digunakan dan juga *brand image*.

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.



G. Analisis SWOT

Agar dapat merumuskan strategi yang tepat, tentunya sebuah perusahaan harus terlebih dahulu mengenal tentang situasi perusahaannya sendiri. Hal ini dapat dicapai dengan melakukan analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) yang merupakan analisa untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari sisi internal perusahaan serta mengenali peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan tersebut yang berasal dari sisi eksternal perusahaan tersebut. Tujuan utama dari analisa SWOT adalah untuk mengenali kondisi perusahaan baik secara internal maupun eksternal, kemudian dapat membuat formula strategi yang tepat sesuai dengan kondisi SWOT yang dimiliki suatu perusahaan.

Menurut David (2011:327) menggambarkan :

“SWOT sebagai sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan 4 jenis strategi : Strategi SO (*Strength-Opportunity*), Strategi WO (*Weakness-Opportunity*), Strategi ST (*Strength-Threat*), Strategi WT (*Weakness-Threat*)”.

Menurut David (2011:327-331) :

“Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Strategi ST menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi WT merupakan taktik defensive yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghadapi ancaman eksternal”.

Berikut adalah penjelasan SWOT *Singkil Laundry* :

1. Kekuatan (*Strengths*)
 - a. Lokasinya yang strategis dan berada di pusat pemukiman penduduk di daerah Singkil yang sangat mudah dijangkau oleh masyarakat perumahan di daerah tersebut.
 - b. Adanya layanan antar jemput secara gratis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



- c. Harga yang ditawarkan oleh *Singkil Laundry* juga relatif murah dengan menyediakan jasa paket yaitu Rp 350.000 sebulan.
- d. Menggunakan detergen ramah lingkungan (*eco green detergent*).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

- a. *Brand* yang belum dikenal orang.
- b. Teknologi mesin yang masih perlu dikembangkan.

3. Peluang (*Opportunities*)

- a. Permintaan jasa yang masih sangat besar karena adanya tingkat kesibukan masyarakat tidak hanya laki-laki tetapi juga wanita diluar rumah sehingga membutuhkan jasa cuci pakaian dan non pakaian yang praktis.
- b. Selain itu, di daerah Singkil dengan penduduk yang padat belum ada jasa *laundry* disekitar daerah tersebut.
- c. Adanya perubahan iklim dan cuaca yang tidak menentu

4. Ancaman (*Threats*)

- a. Ancaman dapat datang dari pesaing baru yang sudah punya nama dan membuka di lokasi yang tidak jauh dari *outlet Singkil Laundry*.
- b. Selain itu, pemadaman listrik juga menjadi kekhawatiran sendiri bagi bisnis ini karena memerlukan daya listrik yang cukup besar.

Menurut David (2011:327), matriks SWOT adalah : “sebuah alat pencocokan yang penting untuk membantu para manager dalam mengembangkan empat jenis strategi, yaitu :

1. Strategi SO (*Strengths- Opportunity*)

Strategi yang menggunakan kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang.

2. Strategi WO (*Weaknesses- Opportunity*)

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.



Strategi yang memanfaatkan peluang untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki.

3. Strategi ST (*Strengths- Threats*)

Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada.

4. Strategi WT (*Weaknesses- Threats*)

Strategi yang berusaha meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

Tabel 2.6

Matriks SWOT *Singkil Laundry*

SWOT MATRIKS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
KEKUATAN (S)		
KELEMAHAN (W)		
PELUANG (O)		
ANCAMAN (T)		
SINGKIL LAUNDRY	<ol style="list-style-type: none"> Lokasi yang strategis Layanan antar jemput Harga yang terjangkau Menggunakan detergen ramah lingkungan (<i>eco green detergent</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> <i>Brand image</i> yang belum dikenal Teknologi yang masih perlu dikembangkan
	Strategi SO	Strategi WO
	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan pemasaran gencar dengan menyebar brosur ke sekitar lokasi pendirian usaha (S1, O2) Menyediakan layanan antar jemput yang konsisten yaitu pengambilan pukul 07.30 pagi (S2, O1,O2, O3,O4) 	<ol style="list-style-type: none"> Memasang iklan berupa spanduk di sekitar lokasi <i>outlet</i> (W1, O3) Memasang nama brand di kendaraan antar jemput (W1, O1,O2,O3) Menggunakan mesin yang lebih canggih (W2, O1)
	Strategi ST	Strategi WT
	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan promosi supaya lebih dikenal masyarakat (S1, T1) Memperbanyak armada antar jemput untuk mencukupi permintaan (S1, S2, T1) 	<ol style="list-style-type: none"> Konsisten dalam kualitas layanan agar menimbulkan loyalitas konsumen (W1,T1) Menggunakan mesin genset untuk menghindari hambatan operasional (W2, T2)

Sumber : David (2011:327).

- 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 mengemukakan 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.