



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING



Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

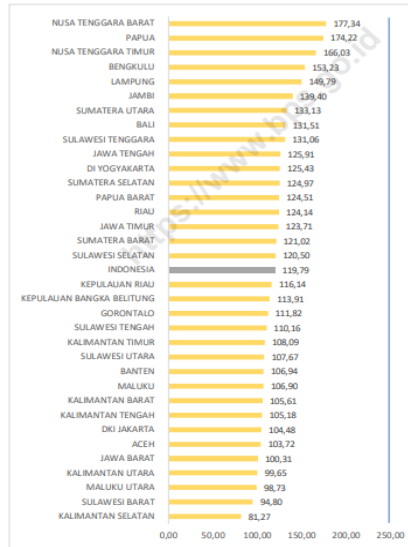
Analisis Industri dan pesaing digunakan oleh pebisnis untuk mengetahui keadaan perusahaan dan lingkungan luar dimana untuk analisis ini perlu dilakukan agar perusahaan mampu beradaptasi dalam bisnisnya karena itu penting untuk mengetahui analisis yang dilakukan secara makro agar bisa mengambil keputusan-keputusan yang tepat agar bisnis yang dijalankan pada suatu industri khususnya industri agrikultur dapat bisa bersaing dengan pesaing lainnya.

Menurut data BPS dimana pada data terbaru yaitu kuartal IV 2020 tumbuh sebesar 2,59 persen secara *year on year* dimana hanya pertanian yang tumbuh positif ditengah melemahnya perekonomian nasional akibat *pandemic covid-19* dan kemudian untuk komoditas hortikultura dimana juga tumbuh sebesar 7,85 persen karena permintaan buah buahan dan sayuran selama *pandemic covid 19* ini dimana peluang yang menjanjikan dari *sector* industri agrikultur dan pertanian yang menjadikan acuan untuk mengambil keputusan dalam berbisnis di sector industri ini karena melihat peningkatan ini maka ini bisa menjadi suatu juga hal yang membuat penulis optimis dalam menjalani bisnis dalam indutri ini.dan kemudian dibawah ini ada rata rata konsumsi sayuran per kapita menurut provinsi pada periode 2019-2020.



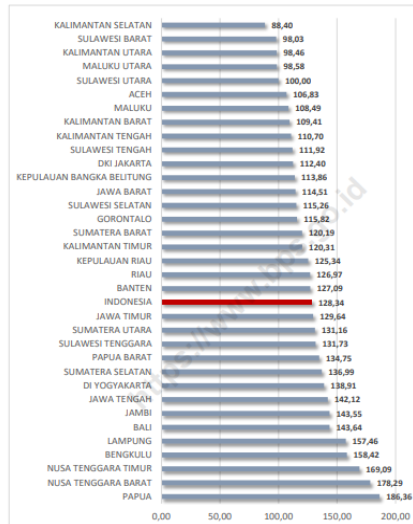
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Gambar 3.1
Rata-Rata konsumsi Sayuran Per kapita Sehari menurut provinsi
(Gram) Maret 2019



Sumber : Susenas

Gambar 3.2
Rata-Rata konsumsi sayuran per kapita sehari menurut provinsi
(Gram) Maret 2020



Sumber : Susenas



Data diatas adalah data mengenai konsumsi sayuran per kapita per provinsi dimana jika kita lihat Trend dengan kita ambil rata rata bahwa untuk jawa barat sendiri mengalami peningkatan dalam jumlah konsumsi yaitu 100,31 gram pada tahun 2019 dan meningkat pada tahun 2020 sebesar 114,51 gram, menandakan bahwa walaupun di masa *pandemic* covid 19 ini trend konsumsi sayuran tetap meningkat per kapita yang akan memberi peluang besar untuk *Tambun Hydorfarm* itu sendiri dalam hal bisnis di sektor industri agrikultur

B. Analisis Pesaing

Berkaitan dengan Analisis pesaing dimana dalam hal ini bisa menjadi acuan penulis untuk melihat beberapa pesaing untuk melihat kelebihan dan kekurangan masing masing pesaing dimana berkaitan dengan *value proposition* yang akan *Tambun Hydorfarm* lakukan agar bisa bersaing dengan beberapa pesaing.

Dibawah ini adalah pesaing pesaing yang dimiliki oleh *Tambun Hydorfarm* tentunya untuk wilayah Sukabumi.

1. Pusa agrofarm hidroponik sukabumi

Jenis Produk	: Sayur Hidroponik, Aneka daging sapi, Buah buahan
Produk Unggulan	: Pakcoy, Kangkung, selada
Jumlah Outlet	: 1
Lokasi	: Kp. Urug RT.02 RW.03 Ds. Cisarua Kec. Sukaraja G GOALPARA Sebelum PTPN Goalpara

Pusa Agrofarm adalah bisnis yang bergerak di bidang agrikultur dengan produk yang bermacam macam yaitu sayur hidroponik yang terutama dan ada beberapa aneka daging dan buah buahan dimana untuk lokasi yang berada di dekat perkebunan the *goalpara area* yang sejuk hanya memang jika dikaitkan dengan lokasi yang jauh dari jalan utama banyak calon pelanggan yang kesusahan untuk menuju kesana hanya akan

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



tertimbangi dengan lahan yang luas dan sejuk dimana untuk harga dari sayuran hidroponik Puspa Agrofarm yang berkisar antara 35.000-60.000/kilogram dan melakukan distribusi kepada hotel,restaurant dan pedagang akhir untuk Puspa agrofarm sendiri.

2. Sukaponic agricultural

Jenis Produk : Sayur Hidroponik
Produk Unggulan : Kangkung, selada
Jumlah Outlet : 1
Lokasi : Jl.Siliwangi Gang Madarasah Ibtidaiyah, Gg. Cibatu, Cibatu

Sukaponic *Agricultural* adalah bisnis di sector agrikultur yang befokus pada produksi dan distribusi sayuran hidroponik dengan lokasi yang berada dekat jalan utama dan beberapa pasar terdekat dan supermarket akan memudahkan proses disribusi dari sayuran itu sendiri dan mempunyai produk unggulan yaitu selada,kangkung dengan memiliki varian harga dari 30.000-60.000/kilogram dan juga memang untuk distribusi dari Sukaponic yang ketika penulis amati dimana memasok kepada supermarket,restaurant yang juga bisa dijadikan pesaing.

Dan diatas itu adalah beberapa profil lengkap pada 2 pesaing *Tambun Hydrofarm* yang akan dijadikan acuan dalam melihat persaingan di industri ini dan kemudian dibawah ini ada beberapa keunggulan dan kelemahan pesaing tambun hydrofarm yang penulis sudah rangkum dalam **Tabel 3.1** untuk dijadikan suatu acuan strategi dalam menghadapi kedua pesaing ini dinmana ini akan sangat berguna untuk Tambun Hydrofarm melakukan strategi untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan pesaing yang juga berdampak pada bisnis Tambun Hydrofarm dan berikut adalah profil dari keunggulan dan kelemahan Sukaponic dan Puspa Agrofarm.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik Kik (Institusi) dan Informatica 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.



Tabel 3.1

Pesaing *Tambun Hydorfarm*

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Sukapone Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	<ul style="list-style-type: none"> • Media promosi dan edukasi. yang unggul seperti Youtube. • Lokasi yang dekat dengan tempat perbelanjaan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Varian sayur tidak terlalu banyak. • Supply sayuran masih belum menjangkau hotel dan restaurant besar.
Puspa Agrofarm	<ul style="list-style-type: none"> • Varian sayur yang lebih lengkap. • Bisa ber agrowisata. • <i>Supply</i> ke restaurant, hotel, supermarket • Harga relatif lebih murah 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak mempunyai media seperti Youtube. • Lokasi sedikit jauh dari akses jalan besar, supermarket.

Sumber : *Tambun Hydorfarm*

C. Analisis Pestel

Analisis berikut adalah analisis pestel dimana diperlukan strategi dalam memonitor lingkungan makro yang tentu mempunyai dampak terhadap usaha kita sendiri dimana analisis ini tentunya sangat penting digunakan untuk memulai suatu bisnis dan PESTEL itu sendiri adalah sebuah singkatan dimana PESTEL melingkupi Kategori seperti kekuatan politik, kekuatan ekonomi, kekuatan budaya, social, demografi, pemerintah dan hukum, kekuatan teknologi dan kekuatan persaingan dan berikut merupakan analisis PESTEL dari *Tambun Hydorfarm*.

L *Politic*

Berkaitan dengan politik dimana ini adalah faktor eksternal yang mempunyai andil pada keberlangsungan usaha dalam artian bagaimana situasi politik di negara itu sendiri khususnya di Indonesia dan kebijakan kebijakan apa

1. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



saja yang sudah diterapkan oleh pemerintah yang berkaitan dengan bisnis yang direncanakan, untuk detailnya sendiri dimana Menteri Pertanian Syahrul Yasin Limpo menilai bahwa budidaya tanaman menggunakan sistem hidroponik yang tengah marak perlu didukung lantaran menjadi langkah yang baik mendukung ketahanan pangan nasional dan juga dari sisi regulasi atau kebijakan dimana pada pasal 91 UU Cipta kerja yang baru disahkan berbunyi bahwa akan memberikan kemudahan pelaku usaha untuk mengurus izin usaha dimana pemerintah akan memberikan kemudahan. dan dari regulasi tersebut maka dari aspek Politik akan menjadi Peluang bagi usaha ini.

2. *Economic*

Faktor kedua yaitu dari sisi ekonomi dengan pengertian bahwa faktor ini mengacu pada keadaan ekonomi secara makro seperti indicator inflasi, tingkat pengangguran, dan pertumbuhan ekonomi suatu negara dan yang secara tidak langsung akan berpengaruh kepada profitabilitas bisnis yang akan didirikan, dan disini saya akan mengambil perspektif dari *indicator* inflasi, Menurut Data BPS berkaitan dengan inflasi dimana sector makanan, minuman dan tembakau pada tahun 2020 mengalami inflasi sebesar 2,10 % dan jika kita lihat pada tahun kalender 2019 dimana inflasi pada kelompok pengeluaran yang sama yaitu sebesar 2,66% dimana ada penurunan karena memang daya beli yang menurun dikarenakan Pandemi Covid 19 ini bahwa memang ini bisa menjadi ancaman bagi penjualan.

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. Social

Aspek ini dimana didefinisikan sebagai faktor yang mengambil perspektif pada lingkungan social seperti perubahan gaya hidup contohnya perubahan *trend* yang sedang berkembang di lingkup *social* dimana ini bisa menjadi faktor juga yang membantu perusahaan mengidentifikasi peluang maupun ancaman dimana pada saat pandemic covid 19 ini pola tren hidup sehat dimana pada situasi pandemic ini mengatakan bahwa 90% responden mulai mencoba mengonsumsi menu makanan sehat, memang pola social yang sudah berubah dari masyarakat yang acuh kepada pola hidup sehat dan berubah ketika *pandemic* ini terjadi dengan semakin sadarnya orang akan mengonsumsi makanan sehat demi meningkatkan imunitas tubuh dan menjaga kesehatan maka bisa dikatakan bahwa ini menjadi peluang bagi bisnis *Tambun Hydorfarm*.

4. Technology

Kemudian memasuki aspek teknologi bahwa aspek ini dapat diartikan faktor yang mempengaruhi bisnis secara tidak langsung lewat perubahan teknologi yang ada dan bagaimana teknologi mesin yang berkembang di dunia dan beberapa perkembangan aplikasi yang akan mempengaruhi bisnis usaha kecil khususnya seperti marketplace dan tidak dipungkiri bahwa zaman yang sudah serba teknologi apalagi ketika *pandemic* seperti ini dimana berkaitan dengan teknologi yaitu *sector* berkaitan dengan *e-commerce* yang volume transaksi meningkat dua kali lipat dimana teknologi sudah menjadi bagian dalam hidup hampir semua orang dari semua kalangan.

Lalu berkaitan dengan itu maka ini bisa menjadi peluang bahwa generasi muda dengan menggunakan media promosi seperti *marketplace*, media social, bahkan media youtube yang akan memberi peluang perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Milik dan Kekayaan Intelektual 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.



5. *Environment*

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Untuk *Environment* atau lingkungan sendiri adalah faktor yang berkaitan dengan pengaruh pada lingkungan sekitar perusahaan yang mempengaruhi atau dipengaruhi dengan artian bahwa sebagai contoh lingkungan fisik yang ada di sekitar usaha yaitu rumah warga, tempat tinggal untuk beberapa personel kepolisian, beberapa *retail* yang akan mempengaruhi kepada efektifitas profitabilitas perusahaan dan juga dari sisi keramahan lingkungan. Untuk usaha *Hydrofarm* dimana merupakan usaha yang sangat minim menyebabkan polusi bagi masyarakat sekitar dengan pemanfaatan lahan yang baik dan menjaga dengan bersih maka memang isu ini tentu menjadi peluang bagi usaha yang dirancang penulis.

6. *Legal*

Untuk faktor ini memang merupakan hal yang juga *essential* yaitu dari sisi perizinan yang mempengaruhi *legal* atau tidaknya suatu usaha dan oleh karena itu mudahnya usaha kecil memperoleh surat izin yang diperlukan seperti SIUP atau NIB dan NPWP itu sendiri dan mudahnya usaha ini dijalankan karena dukungan dari pemerintah karena berkaitan dengan ketahanan pangan maka dari aspek legal tentunya akan membantu dari pemerintah kepada usaha agrikultur ini, maka dari sisi legal dengan kemudahan yang didapat maka ini bisa menjadi peluang bagi *Tambun Hydorfarm*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

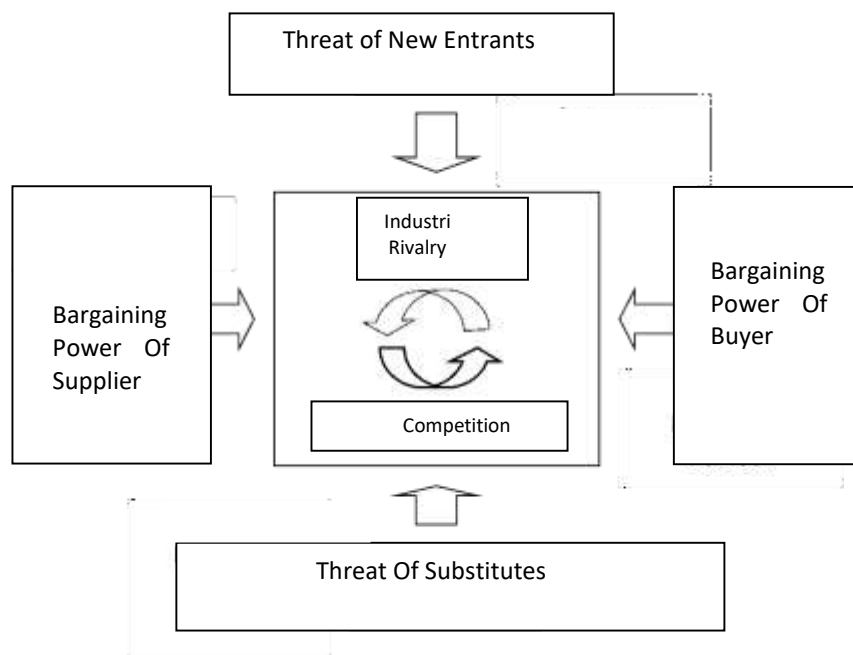
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



D. Analisis Pesaing Lima kekuatan persaingan model Porter (*Porter Five Forces Model*)

Dalam alat *analysis* berikutnya dinamakan lima kekuatan persaingan model porter dimana ini adalah alat analisis dengan pengertian untuk memahami suatu kompetisi dari lingkungan bisnis dimana untuk mengidentifikasi strategi potensial dalam hal keuntungan. Dan dibawah ini adalah analisis lima kekuatan persaingan model porter :

Gambar 3.3
Porter's Five Forces Model



Sumber : David (2017:229), *Strategic Management*

1. Ancaman Pendatang Baru

Ancaman pendatang baru memiliki arti bahwa seberapa mudah atau sulitnya pendatang untuk masuk ke industri tertentu dimana jika industri tersebut bisa mendapatkan *profit* yang banyak dengan sedikit hambatan maka pesaing akan bermunculan.

Dalam industri yang digeluti oleh *Tambun Hydorfarm* untuk mudah atau tidaknya maka bisa dibilang relatif mudah karena didukung dari izin, tren social dalam hidup



sehat meningkat dan juga karena peng-operasional yang bisa dimengerti oleh orang awam dan teknis dasar penanaman yang mudah didapat informasinya seperti dari Youtube maka oleh karena itu untuk pendatang jika masuk ke agrikultur ini relatif mudah maka ini jika disimpulkan menjadi ancaman tinggi.

Kekuatan Penawaran Pembeli

Faktor kekuatan penawaran pembeli disini adalah mudah atau tidaknya konsumen memperoleh pasokan sayur lain selain dari yang *Tambun Hydorfarm* punya jika semakin mudah konsumen mendapat pasokan lain maka opsi kepada konsumen semakin banyak, artinya adalah daya tawar dari sisi konsumen atau kekuatan penawaran pembeli semakin kuat Untuk *Tambun Hydorfarm* sendiri dikarenakan produk unggulannya yaitu Selada atau *Lettuce* terkhusus Romaine, Butterhead maka daya tawar konsumen disini rendah karena hanya kebun tertentu yang memiliki produk unggulan *lettuce* dan dengan kesegaran yang dimiliki maka ini bisa disimpulkan menjadi ancaman yang rendah.

3. Ancaman dari produk substitusi

Ancaman dari produk substitusi adalah ancaman dari produk pengganti yang mempunyai manfaat dan fungsi serupa dan berbeda dari produk utama Dalam hal ini tentunya memang usaha *Tambun Hydorfarm* yang memproduksi dan mendistribusi sayuran hidroponik dimana produk substitusi adalah produk yang dapat mengganti peran dari produk yang diproduksi maka penulis menyadari bahwa tentu usaha *Hydrofarm* ini mempunyai produk substitusi yaitu sayur selada konvensional dan selada hidroponik jenis lain karena memang selada konvensional mempunyai harga dibawah sayuran hidroponik dan supply yang lebih banyak maka untuk ancaman dari produk substitusi ini bisa dikatakan tinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



4. Kekuatan Penawaran Pemasok

Pemasok atau supplier adalah, tentunya pihak yang menyediakan bahan baku yang bisa diolah oleh perusahaan menjadi barang keluaran atau barang jadi dimana semakin banyak jumlah supplier maka pembeli akan dengan mudah berpindah mencari pemasok sesuai kebutuhan khususnya harga dan artinya kekuatan penawaran pemasok rendah.

Dalam hal ini untuk supplier yang mensupply *Tambun Hydorfarm* bisa dikatakan terdiversifikasi artinya sesuai kebutuhan misal bibit yang mudah didapatkan di *marketplace* dan beberapa bahan baku seperti, *rockwool*, *plastik* yang memang banyak juga tersedia di *marketplace* tinggal dipilih sesuai kebutuhan oleh karena itu untuk kekuatan penawaran pemasok disini tentunya rendah.

5. Persaingan antar Perusahaan yang bersaing dalam industri yang sama

Faktor ini menggambarkan bahwa persaingan yang terbentuk dalam industri seperti ada atau tidaknya perusahaan sejenis yang juga menjadi pesaing dari usaha penulis, dimana mengatasi ini adalah dengan mempunyai nilai tambah dimana untuk unggul dalam point ini tentu perusahaan harus mempunyai yang namanya nilai tambah yang bisa diberikan kepada konsumen dimana bisa dikatakan bahwa nilai tambah bisa berasal dari segi pelayanan, pemasaran.

Untuk *Tambun Hydorfarm* yang mempunyai pesaing yaitu Puspa Agrofarm, Sukaponic yang juga mempunyai produk yang sama yaitu selada dan setiap pesaing pun mempunyai media promosi sendiri seperti Youtube, Website, Marketplace maka untuk persaingan antar perusahaan ini disimpulkan mempunyai ancaman tinggi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Sesi KKGG (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



E. Analisis Faktor Kunci Sukses (Competitive Profile Matrix/CPM)

Untuk alat analisis berikutnya adalah *competitive profile matrix* dimana digunakan untuk menunjukkan kepada seorang pebisnis dimana titik lemah dan kuat mereka terhadap pesaingnya.

Dimana untuk alat analisis ini terdapat 4 hal yang perlu diperhatikan yaitu :

1) Critical success faktor

Dalam hal ini dimana ini adalah kunci yang *essential* dalam menentukan kesuksesan dalam suatu industri dimana faktor ini berasal dari lingkungan eksternal dan internal dan beberapa critical success faktor yang dimiliki adalah faktor harga, pelayanan, distribusi, lokasi, pemasaran, dan kualitas sayur.

2) Rating

Untuk rating cpm ini terdiri dari score 1-4 dan berikut adalah keterangan berkaitan dengan score :

- a. Peringkat diterapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan.
- b. Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan.
- c. Tanggapan rata-rata diwakili oleh angka 2,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.
- d. Tanggapan diatas rata-rata diwakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kekuatan kecil dalam sebuah perusahaan.
- e. Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah memiliki kekuatan utama diwakili oleh 4.0.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Insitut 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.

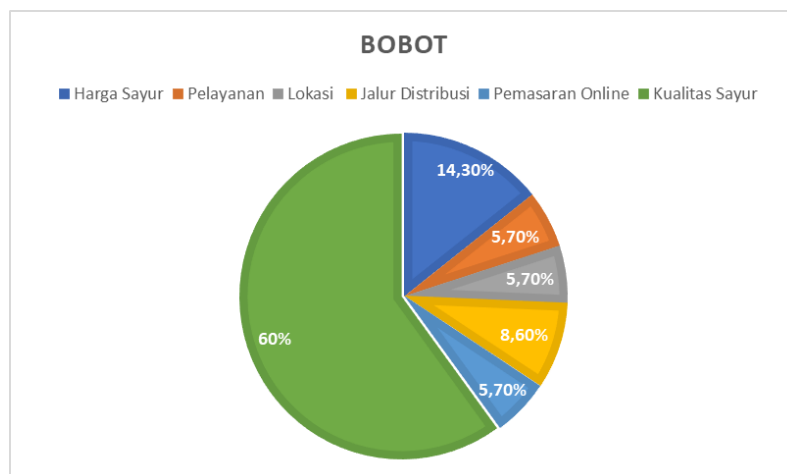


3) *Weight*

Untuk point berikutnya adalah weigh atau pembobotan dimana kita bisa memberi angka dari 0,1 hingga 1.0 dimana semakin kecil angka bobot yang kita berikan terhadap critical faktor maka faktor tersebut bukan menjadi penentu dalam kesuksesan sebuah industri begitupun sebaliknya dan berikut adalah bobot dalam pengaruh pembelian Sayur Hidroponik.

Gambar 3.4

Bobot pengaruh pembelian Sayur Hidroponik



Sumber : Hasil Kuesioner Penulis, 2021.

Berdasarkan gambar diatas terlihat faktor bobot urutan pertama adalah Kualitas sayur dengan (60%),Harga sayur (14,3%),Jalur distribusi (8,6%),Pelayanan (5,7%),Lokasi Strategis (5,7%),Media pemasaran *online* (5,7%).

4) *Total Weight Score*

Untuk langkah terakhir adalah kita menghitung total score dimana kita menjumlahkan semua score dari setiap perusahaan untuk kita bisa jumlahkan,dan



perusahaan yang mendapat total score terbesar adalah perusahaan yang paling kuat dalam sebuah *industri* terkait.

Dibawah ini adalah *Competitive Profile Matrix* yang dibuat untuk suatu pembandingan Tambun Hydrofarm terhadap pesaing pesaing lain yang menjadi pesaing Tambun Hydrofarm.

Tabel 3.2
Competitive Profile Matrix Usaha Tambun Hydorfarm

CPM	Weight	Tambun Hydorfarm		Sukaponic		Puspa Agrofarm	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
<i>Critical success faktor</i>							
Harga sayur	0,143	3	0,429	3	0,429	3	0,429
Pelayanan	0,057	4	0,228	3	0,171	4	0,228
Lokasi Strategis	0,057	2	0,114	3	0,171	4	0,228
Jalur Distribusi	0,086	3	0,258	2	0,172	3	0,258
Media & Pemasaran Online	0,057	4	0,228	3	0,171	2	0,114
Kualitas Sayur	0,6	3	1,8	4	2,4	4	2,4
	1		3,057		3,514		3,657

Sumber : *Tambun Hydorfarm*, 2021

Dalam kaitannya dengan tabel diatas berikut adalah penjelasan mengenai posisi dan pesaing *Tambun Hydorfarm* berdasarkan **Tabel 3.2** :

1. Harga Sayur

Harga berada pada posisi kedua untuk sisi pembobotan yaitu 0,143 dan untuk *Tambun Hydorfarm*, Sukaponic, Puspa Agrofarm memiliki score yang sama rata yaitu 0,429 karena memang menetapkan harga standar yang masih bersaing yaitu *range* Rp 35.000-60.000/Kilogram.

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.

HAK CIPATA DILINDUNGI UNDANG-UNDANG
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



2. Pelayanan

Pelayanan Cepat dan Ramah adalah *variable* selanjutnya dengan meraih pembobotan sebesar 0,057 dan berdasarkan ulasan *google* dan Sukaponic mendapat *score* 0,171 yaitu terendah dibanding *Tambun Hydorfarm* yang memiliki *score* 0,228 dengan mengandalkan pelayanan cepat dalam hal respon konsumen dan keramahan dan puspa agrofarm yang mendapat *score* sama yaitu 0,228 karena memang mendapat ulasan *google* yaitu karyawan yang ramah.

3. Lokasi Strategis

Mendapat *score* bobot 0,057 untuk lokasi strategis Puspa Agrofarm memiliki *score* tertinggi yaitu 0,228 karena memang perkebunan luas, bisa tempat agrowisata dan udara yang sejuk sedangkan Sukaponic berada pada posisi kedua dengan *score* 0,171 yaitu memiliki lokasi strategis yaitu dekat dengan jalan utama, pasar, supermarket. Untuk *Tambun Hydorfarm* yang memiliki *score* 0,114 dimana jalan yang sedikit menanjak untuk mencapai tempat perkebunan maka mendapat *score* terendah dibanding pesaingnya.

4. Jalur Distribusi

Berikutnya adalah kepada poin Jalur distribusi yang mendapat *score* pembobotan 0,086 dimana untuk *Tambun Hydorfarm* yang mendapat *score* 0,258 bersamaan juga dengan Puspa agrofarm dimana jalur distribusi yang menyasar kepada *restaurant*, *supermarket*, *Hotel* pelanggan akhir menjadi daya Tarik untuk jalur distribusi sedangkan untuk sukaponic mendapat *score* 0,172 dimana jalur distribusi yang tidak terlalu terdiversifikasi yaitu menyasar kepada supermarket.

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.



5. Media Promosi & Pemasaran Onlines

Di poin ini dalam hal Media promosi dan pemasaran *online* yang mendapat bobot 0,057 memang sepakat bahwa media social, youtube, website memegang peranan penting dalam hal pengenalan produk kepada customer.

Tambun Hydorfarm yang memang dari awal akan berkomitmen untuk berinvestasi dalam hal promosi *online* akan sangat menitikberatkan point ini karena semakin tingginya orang berbelanja *online* dan meningkatkan awareness lewat media lainnya yang sangat essential menunjang penjualan oleh karena itu bahwa *Tambun Hydorfarm* memiliki score 0,228 karena akan mengintegrasikan promosi *online Website, Media social, Marketplace, Youtube*, Sukaponic yang mendapat score 0,171 dimana mempunyai *media youtube* yang sangat informatif hanya memang kurang dalam hal *website* usaha dimana tidak terdapat *website* untuk bisa pengunjung lebih tahu tentang sukaponic, sedangkan puspa Agrofarm dimana dalam hal *website* dengan *user interface* menarik hanya memang belum terdapat *media youtube* seperti halnya Sukaponic oleh karena itu Puspa Agrofarm mendapat score 0,114.

6. Kualitas Sayur

Berkaitan dengan kualitas sayur memang ini hal yang sangat essential dimana ini bisa menarik konsumen yang lumayan besar mulai dari kecerahan sayur tersebut, daun yang tidak layu, bersih, tidak keriput karena memang ini yang mendapat score bobot tertinggi dalam survey konsumen untuk pemilihan mengapa para konsumen mau membeli dalam kaitannya dengan sayur hidroponik.

Dalam hal ini Sukaponic dan Puspa agrofarm mendapat kualitas score yaitu 2,4 dimana review dari konsumen dari situs ulasan google yang kualitas sayur segar sedangkan *Tambun Hydorfarm* memiliki score 1,8 dimana kualitas yang tetap bersaing dengan menjaga standar, segar dan tentu sehat.

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.



F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (*SWOT Analysis*)

Menurut Philip Kotler Analisis SWOT adalah sebagai evaluasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dan menurut Freddy Rangkuti Analisis SWOT adalah analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*)”

Dimana menurut kesimpulan penulis *SWOT* adalah alat analisis yang dilakukan oleh setiap usaha dengan melihat kondisi internal dan eksternal dengan melihat peta kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman agar tentunya dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya dimana ini bisa sangat menjadi penting karena ini bisa menjadi suatu alat analisis yang dapat mengetahui apa saja variabel yang bisa ditingkatkan agar *Tambun Hydorfarm* bisa menang dari sisi eksternal atau dari luar baik itu pun dari sisi internal atau dari sisi dalam perusahaan.

Berikut adalah analisis *SWOT* dari Usaha *Tambun Hydorfarm* :

1. Strength (S)

- a. Harga yang ditawarkan mampu bersaing.
- b. Pelayanan Cepat tanggap dan ramah.
- c. Media pemasaran *online* terintegrasi.
- d. Jalur distribusi terdiversifikasi.

2. Weaknesss (W)

- a. Lokasi yang masih belum strategis karena perlu menanjak untuk masuk kepada perkebunan.
- b. Kualitas Sayur yang belum bersaing dengan pesaing.



3. Opportunities (O)

- a. Dukungan regulasi dari pemerintah.
- b. Tren hidup sehat meningkat.
- c. Teknologi yang semakin berkembang pesat yang mendukung iklim usaha.
- d. Ramah lingkungan dan lingkungan fisik sekitar yang mendukung.
- e. Perolehan izin yang mudah didapat.
- f. Kebun yang memiliki produk *lettuce* beragam.
- g. Pemasok yang tersebar.

4. Threats (T)

- a. Daya beli yang belum sepenuhnya pulih akibat pandemic covid-19.
- b. Mudahnya pendatang masuk ke industri agrikultur.
- c. Produk pengganti yang mudah ditemukan.
- d. Persaingan antar usaha sejenis.

Berikut adalah Matriks SWOT dari Tambun Hydofarm dimana terdapat beberapa pembagian antara bagian internal dan eksternal dan memasukkan beberapa variabel dari masing masing yaitu Strength, weaknesses, Opportunities, Threats dan kemudian akan dimasukkan kepada beberapa kolom yang mempunyai campuran strategi masing masing untuk bisa menentukan kebijakan apa yang harus diambil agar *Tambun Hydorfarm* bisa memanfaatkan dari setiap variabel yang ada, dan dibawah ini akan penulis rincikan strategi strategi apa yang akan dilakukan oleh tambun hydrofarm untuk bisa bersaing berdasarkan analisis strategi SWOT yang sudah dilakukan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber. Penguutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.3

Matrix SWOT *Tambun Hydorfarm*

<p>Internal</p> <p>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis Indonesia)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-undang</p>	<p>Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Harga mampu bersaing(S1) b. Pelayanan cepat tanggap,ramah(S2) c. Media pemasaran <i>online</i> terintegrasi (S3) d. Jalur distribusi terdiversifikasi (S4) 	<p>Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi belum strategis (W1) b. Kualitas sayur belum bersaing dengan pesaing (W2)
<p>Eksternal</p> <p>Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Dukungan dari pemerintah (O1) b. Tren hidup sehat meningkat (O2) c. Teknologi berkembang pesat (O3) d. ramah lingkungan (O4) e. Perolehan Izin Mudah (O5) f. Produk <i>Lettuce</i> beragam (O6) g. Pemasok Tersebar (O7) 	<p>S-O Strategies</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Membangun database customer untuk penawaran dan peningkatan penjualan (S1,S2,S3,O2,O3) b. Melakukan penjualan <i>online&Offline</i> dengan toko yang sudah terpercaya(S1,S3,O1,O5) c. Membuat video tentang kesadaran akan sayur minim pestisida untuk pencegahan penyakit (S3,O1,O4) d. Bahan baku mudah didapat(S2,S3,O2,O3) 	<p>W-O Strategies</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan media social dan youtube untuk melakukan pengenalan lokasi (W1,O2,O3,O4,O5) b. Menggunakan bibit unggul yang menghasilkan sayuran high grade (O1,O3,O7,W2)
<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Daya beli belum sepenuhnya pulih (T1) b. Mudahnya pendatang berusaha usaha sejenis (T2) c. Produk substitusi mudah ditemukan (T3) d. Persaingan Perusahaan sejenis (T4) 	<p>S-T Strategies</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Memberi awareness produk kepada konsumen yang ingin membeli sayur minim pestisida (S1,S2,S3,T4) b. Memberi nilai tambah seperti packing yang menarik (S3,T3) 	<p>W-T Strategies</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan penawaran langsung kepada konsumen dengan delivery gratis area tertentu (W1,T1,T4) b. Melakukan check secara berkala sayuran dan memastikan sayur bebas penyakit (W2,T2,T3)

Sumber: *Tambun Hydorfarm*, 2021

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 Indonesia dan Informatika Kwik Kian Gie



1. S-O Strategies

- a. **C** Membangun database customer untuk penawaran dan peningkatan penjualan (S1,S2,S3,O2,O3)

Untuk meningkatkan penjualan maka salah satu cara *Tambun Hydorfarm* adalah dengan membangun database customer dengan cara mensortir nomor pelanggan untuk kemudian bisa dijadikan data untuk penawaran penawaran berikutnya dan jika ada sayuran yang siap supply.

- b. Melakukan penjualan *online* & offline dengan toko yang sudah terpercaya (S1,S3,O1,O5)

Strategi ini tentu sangat bermanfaat karena akan menimbulkan kepercayaan terutama pada penjualan di marketplace jika usaha kita sudah memiliki izin dan juga maupun offline karena izin yang mudah didapat dan didukung juga dari regulasi pemerintah.

- c. Membuat video tentang kesadaran akan sayur minim pestisida untuk pencegahan penyakit (S3,O1,04)

Karena dukungan dari pemerintah dimana berkaitan dengan sektor pertanian dan sektor agrikultur dimana hidroponik tentunya adalah usaha yang sangat ramah lingkungan,minim pestisida, maka untuk meningkatkan juga kesadaran dalam hal pencegahan penyakit perlu jika membuat video berkaitan dengan proses perkebunan hiroponik ini dengan target khususnya wilayah sukabumi.

- d. Bahan baku mudah didapat(S2,S3,O2,O3)

Untuk point ini dimana pemasok yang terdiversifikasi dan banyak tersebar di *marketplace* oleh karena itu maka bahan baku dengan harga terjangkau akan mudah didapatkan dan kami akan menggunakan bahan baku yang terbaik dikelasnya.

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.



2. W-O Strategies

a. Menggunakan media social dan youtube untuk melakukan pengenalan lokasi

(W1,O3,O5,O5)

Media social ataupun youtube tentu adalah *tools* yang diharapkan bisa sangat membantu perkenalan kepada masyarakat sekitar tentang kebun hidroponik Tambun, dikarenakan memang lokasi yang sedikit menanjak tetapi tetap bisa dilalui secara lancar maka tetap bantuan media *online* akan sangat membantu mengurangi kelemahan *Tambun Hydorfarm* dalam hal lokasi yang sedikit menanjak jika pengunjung ingin datang ataupun untuk pengenalan lokasi maka media *online* akan sangat sangat membantu juga untuk meningkatkan awareness dan penjualan secara offline jika ingin datang berkunjung ke perkebunan.

b. Menggunakan bibit unggul yang menghasilkan sayuran *High Grade*

(O1,O3,O7,W2)

Karena dukungan dari pemerintah tentang ketahanan pangan dan teknologi yang berkembang pesat maka penentuan bibit untuk menghasilkan sayuran kualitas tinggi pun pasti dilakukan karena memang sayuran yang unggul pun tentu berasal dari bibit yang unggul maka bibit yang digunakan haruslah unggul karena juga pemasok yang tidak sedikit maka akan semakin banyak opsi untuk perusahaan itu sendiri.

3. S-T Strategies

a. Memberi awareness produk kepada konsumen yang ingin membeli sayur minim pestisida (S1,S2,S3,T4)

Untuk bisa bersaing dengan perusahaan sejenis dengan kemampuan harga bersaing dan pelayanan cepat, dan media online terintegrasi maka yang akan dilakukan adalah dengan meningkatkan awareness tentang produk selada unik dari Tambun

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



hydrofarm dimana dengan meningkatkan awareness ini melalui platform youtube

C misalnya, maka tambun hydrofarm bisa lebih bersaing.

b Memberi nilai tambah seperti *packing* yang menarik (S3,T3)

Media pemasaran yang terintegrasi dan juga persaingan di marketplace tentu harus disikapi juga dengan nilai tambah, salah satunya adalah *packing* kemasan yang menarik akan sangat membantu untuk meningkatkan nilai penjualan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. *W-T Strategies*

a Melakukan penawaran langsung kepada konsumen dengan *delivery* gratis area tertentu (W1,T1,T4)

Untuk daya beli yang belum sepenuhnya pulih dan persaingan perusahaan sejenis maka penawaran langsung seperti salah satu opsi *delivery* gratis untuk area tertentu kepada resto, hotel agar menjadi penawaran yang memiliki nilai tambah.

b Melakukan check secara berkala sayuran dan memastikan sayur bebas penyakit (W2,T2,T3)

Karena memang *Tambun Hydorfarm* ini masih dibidang baru berdiri dibanding pesaing lainnya maka tetap menjaga kualitas harus tetap dilakukan misalnya dengan melakukan check secara berkala dan sayuran bebas penyakit dengan menggunakan cairan agar tidak ada serangga yang menghinggapi ataupun dengan memeriksa greenhouse agar terjaga dengan dan faktor sinar matahari yang harus diperhatikan dengan baik agar tanaman tidak terlalu banyak terkena dan tidak terlalu sedikit juga terkena.