



## BAB II

### ANALISIS INDUSTRI

Seorang wirausahawan harus melakukan analisis industri, agar dapat mengetahui lebih fokus tentang spesifikasi trend industri. Beberapa faktor diantaranya, yaitu :

Pertama, permintaan industri. Permintaan selalu berhubungan dengan industri yang banyak diminati oleh masyarakat. Pengetahuan tentang pasar yang sedang mengalami pertumbuhan atau penurunan, jumlah pesaing, semua perubahan pada *customer* merupakan persoalan penting dalam mencoba meningkatkan bisnis potensial yang mungkin dicapai oleh suatu usaha baru.

Kedua, persaingan. Bagi bisnis pemula umumnya ancaman terbesar berasal dari perusahaan besar. Jadi seorang wirausaha harus mempersiapkan diri untuk menghadapi ancaman tersebut dan harus sadar akan siapa saja yang menjadi pesaingnya, serta harus mengetahui kekuatan dan kelemahan dari strategi para pesaing. Kebanyakan pesaing dapat mudah diidentifikasi dari pengalaman bisnisnya, profil usaha pada artikel yang terpublikasikan, iklan, dan *website* yang ditayangkan.

Bagian terakhir dari analisis industri adalah harus fokus pada pasar tertentu, artinya harus mengetahui tentang siapa yang akan menjadi calon konsumen, lingkungan bisnis seperti apa yang terdapat dalam pasar, dan area geografisnya di mana suatu usaha dapat berjalan. Jadi, faktor-faktor tersebut harus benar-benar dipertimbangkan karena beberapa perbedaan dari variabel di atas yang dapat menjadi pedoman untuk menentukan spesifikasi pasar di mana perusahaan akan beroperasi.

© Hak Cipta dan Hak Kekayaan Intelektual (Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta dan Hak Kekayaan Intelektual (Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



## 1. Matriks Profil Kompetitif

Pesaing utama dari OKE Tutup Galon ada dua, yakni Toko Tutup Galon Jaya dan Toko Aneka Filter. Analisis dan data yang diperoleh atas dua pesaing ini adalah melalui observasi langsung dan juga melalui media cetak dan internet. Berikut ini adalah penjabarannya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 1. Toko Galon Jaya ( Ruko Lt.3, Jl.. Industri / Gunung Sahari)

Kekuatan Toko Galon Jaya:

- Toko sudah dikenal oleh supplier dan konsumen
- Barang yang ditawarkan lebih lengkap
- Ada beberapa barang yang mereka tawarkan harganya di bawah pangsa pasar

Kelemahan Toko Galon Jaya :

- Pelayanan kurang baik
- Lebih fokus ke untuk melayani pelayanan ke luar kota

Daftar harga produk Toko Galon Jaya (**Tabel 3.2**)

No	TYPE	PRICE
1	Tutup Galon B3	Rp 67
2	Tutup Galon B5	Rp 68
3	Tutup Galon B6	RP 75



4	Tutup Galon Top	Rp 100
5	Tutup Galon AT	Rp 100
6	Tutup Galon B9	Rp 125

Sumber: Toko Galon Jaya, 2012

Toko Aneka Filter ( Jl. Villa Nusa Indah P4/14, Jatih Asih, Bekasi)

Kelebihan Toko Aneka Filter

Toko sudah terkenal di konsumen dan supplier

Pelayanan baik

c. Sumber daya manusia lebih berpengalaman

Kelemahan Toko Aneka Filter

a. Harga yang ditawarkan lebih tinggi

b. Barang yang ditawarkan tidak lengkap

c. Lokasi kurang strategis

Harga produk Toko Aneka Filter (**Tabel 3.3**)

NO	TYPE	PRICE
1	Tutup Galon Kelapa	Rp 70
2	Tutup Galon RO	Rp 70

Sumber: Toko Aneka Filter, 2012

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Banyaknya pesaing yang dihadapi membuat OKE Tutup Galon menjadikanya sebagai pemicu untuk terus lebih maju dan menjadi yang terdepan dari pesaingnya. Untuk itu OKE Tutup Galon mempelajari kekuatan dan kelemahan pesaing lewat data sekunder, pengalaman pribadi, dan isu-isu yang muncul di kalangan sekitar toko dan sales. Pada era globalisasi saat ini banyak sekali bermuculan pesaing yang melakukan penjualan secara online melalui website dengan menggunakan transaksi pembayaran melalui sistem transfer rekening bank dan kemudian barang yang dipesan oleh konsumen akan dikirimkan ke alamat yang bersangkutan. Online transaction tidak bisa hanya dipandang sebelah mata, karena mereka juga menawarkan harga bersaing dan produk-produk yang cukup lengkap

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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



TABEL 2.1

Tabel CPM OKE Tutup Galon

Faktor	Bobot	Oke Tutup Galon		Toko Tutup Galon jaya		Toko Aneka Filter	
		Peringkat	Skor bobot	Peringkat	Skor bobot	Peringkat	Skor bobot
Keberhasilan usaha	0,2	4	0,8	3	0,6	2	0,4
Daya saing harga	0,2	4	0,8	3	0,6	3	0,6
Kualitas produk	0,15	4	0,6	3	0,45	3	0,45
Reputasi	0,2	3	0,6	3	0,6	4	0,8
Service Toko	0,15	4	0,6	3	0,6	2	0,3
Aneka jenis produk yang ditawarkan	0,1	3	0,3	4	0,4	3	0,3
Total	1		3,7		3,1		2,85

Sumber : OKE Tutup Galon, 2012

Keterangan:

1. Bobot yang dimiliki angka tertinggi merupakan faktor paling penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan, juga terdapat bobot yang sama di posisi tertinggi maka dianggap sama pentingnya
2. Total bobot yang diberikan secara keseluruhan berjumlah 1
3. Dalam pemberian peringkat, 4= sangat kuat, 3 = kuat, 2 = lemah, 1 = sangat lemah

2. Ditaring 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)  
 Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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.



Skor adalah hasil perkalian dari bobot dan peringkat

## 2. Analisis SWOT

### A. Strengths

- 1) Terletak dilokasi yang mudah di jangkau oleh konsumen  
OKE tutup galon terletak di lokasi yang sangat startegis yaitu Sentra Permata Hijau, Harapan Indah.
- 2) Memiliki standart kualitas produk yang baik  
OKE tutup galon terbuat dari bahan baku dengan biji plasti kualitas yang terbaik sehingga menghasilkan produk yang berkualitas.
- 3) Memiliki harga yang terjangkau oleh konsumen  
Harga yang ditawarkan oleh OKE tutup galon terjangkau, sehingga dapat di jangkau oleh konsumen. Selain itu harga yang murah dimaksudkan untuk mengejar pelanggan.
- 4) Memiliki service yang memuaskan  
Dalam hal ini kemampuan tiap toko memuaskan keinginan pelanggan misal mengantarkan barang secepatnya tiap di order oleh pelanggan, keramahan karyawan di toko.

### B. Weakness

- 1) Reputasi  
OKE tutup galon merupakan nama yang baru dalam industri tutup galon sehingga belum banyak konsumen adan supplaier yang mengetahuinya.
- 2) Kurangnya variasi produk yang dijual  
OKE Tutup Galon hanya menjual sedikit varian tutup galon, sehingga tutup galon yang dijual tidak lengkap.

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.



- 3) Kurang pengalaman memulai bisnis  
OKE tutup galon merupakan perusahaan baru dan perusahaan pertama yang dirintis oleh pemilik.
- 4) Belum memiliki konsumen yang loyal  
Karena OKE Tutup galon baru berdiri maka belum memiliki konsumen yang loyal oleh karena itu. Akan tetapi OKE Tutup Galon sadar bahwa loyalitas konsumen adalah hal yang paling penting dalam dunia bisnis

### C. Opportunities

- 1) Permintaan jumlah tutup galon semakin meningkat  
Dengan kesadaran masyarakat akan konsumsi air minum sehat maka jumlah permintaan air galon akan semakin meningkat.
- 2) Masih luasnya target pasar  
Dengan maraknya air minum isi ulang sehingga membuka pasar akan tutup galon. Bekasi merupakan kota yang sedang berkembang sehingga pasar di daerah Bekasi masih luas.
- 3) Pesatnya arus informasi  
Kemudahan dalam mengakses, memperoleh, serta menyebarkan informasi saat ini merupakan unsur penunjang yang sangat mendukung perusahaan dalam menciptakan brand awareness OKE Tutup Galon serta sosialisasi produk yang ditawarkan
- 4) Semakin maraknya depot isi ulang  
Dengan kesadaran akan hidup yang sehat maka, konsumen memerlukan air minum yang bersih akan tetapi dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu banyak terciptanya peluang untuk mendirikan depot air minum, mereka memberikan kualitas air yang baik dengan harga yang terjangkau

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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



#### D. Threats

##### **© 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) Jumlah persaingan akan semakin banyak dimana jumlah permintaan air minum semakin lama akan semakin meningkat  
Dengan semakin berkembangnya kebutuhan air minum isi ulang, maka semakin banyak pula produsen tutup galon yang bermunculan sehingga persaingan akan meningkat dari tahun ke tahun.
- 2) Banyaknya produsen yang sudah lama berkencimpung dalam bisnis tutup galon ini.  
Banyaknya produsen yang sudah lama berkecimpungan dalam bisnis ini maka akan meyulitkan pemain bisnis yang baru.
- 3) Ketergantungan pada produsen tutup galon  
OKE Tutup Galon sangat tergantung dengan ketersediaan produsen dalam memasok tutup galon, jadi jika produsen tidak mampu memenuhi permintaan toko, maka OKE Tutup Galon tidak dapat melaksanakan kegiatan jual beli tutup galon.
- 4) Munculnya pesaing baru  
Dengan mudahnya membangun usaha baru tutup galon ini, maka akan semakin banyaknya pesaing-pesaing yang akan bermunculan. Ini akan menjadi ancaman bagi OKE Tutup Galon.

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. Matrix SWOT & Strategi

Tabel 2.2

#### OKE Tutup Galin SWOT & Strategi

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

Hak Dipta Dilindungi Undang-Undang

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

	<i>Opportunities</i>	<i>Threasts</i>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permintaan tutup galon semakin meingkat</li> <li>2. Luasnya pasar</li> <li>3. Pesatnya arus informasi</li> <li>4. Semakin maraknya depot isi ulang</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan semakin meningkat</li> <li>2. Banyak produsen yang sudah berkencimpung</li> <li>3. Ketergantungan dengan pabrik tutup galon.</li> <li>4. Munculnya pesaing baru</li> </ol>
<p><b>Strengths</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terletak di lokasi yang strategis</li> <li>2. Memiliki kualitas produk yang baik</li> <li>3. Harga yang terjangkau</li> <li>4. Layanan yang memuaskan</li> </ol>	<p>S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merambah pasar baru selain di Harapan Indah dalam kurun 3 tahun, apa lagi keuntungan lebih besar dan saingan berkurang (S2, S3, O2) → hal 12</li> <li>2. Kerja sama dengan depot isi ulang (S2, O4) → hal 12</li> </ol>	<p>S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan diskon tambahan bagi konsumen yang mencapai jumlah belanja tertentu. (S3,S4, O3) → hal 13</li> <li>2. Memberikan layanan yang memuaskan dengan harga dan kualitas yang baik ( S2, S3, S4, T1) → hal 13</li> </ol>



**Weaknesses**

**1. Reputasi**

1. Kurangnya variasi produk

2. Kurang pengalaman dalam memulai bisnis

3. Belum memiliki konsumen yang loyal

Data diolah oleh penulis

**Strategi S-O**

1. Daerah Bekasi pada saat ini merupakan daerah yang sedang berkembang, oleh karena itu OKE Tutup Galon berencana akan membuka cabang diluar Harapan Indah. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan tutup galon serta mencari keuntungan dan mengurangi persaingan yang ada. Pembukaan cabang ini akan dilakukan oleh OKE Tutup Galon dalam jangka waktu 3 tahun dari pembukaan dari pusat pertama.
2. Dengan semakin banyaknya depot isi ulang di daerah bekasi, maka OKE Tutup Galon akan melakukan hubungan kerja sama dengan beberapa depot air minum isi ulang di daerah Harapan Indah. Tujuan dari kerja sama ini adalah untuk meningkatkan penjualan OKE Tutup Galon dan membina hubungan baik dengan konsumen OKE Tutup Galon.

**STRATEGI W-O**

1. Era informasi saat ini memungkinkan terjadinya penyebaran informasi dalam hitungan detik, ini yang menjadi fokus perusahaan dalam memperkuat brand awareness OKE

**W-O**

1. Melakukan sosialisasi serta promosi secara gencar (w1, O4) → hal 13
2. Menambah variasi produk untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat (W2, O1) → hal 13
3. Membangun hubungan yang baik dengan konsumen seperti pengiriman hadiah tiap lebaran atau natal sehingga pelanggan senang. (W1, O1) → hal 13

**W-T**

1. Melakukan evaluasi guna meningkatkan persaingan antar toko tutup galon ( W1, W2, W3, T1, T2) → hal 14

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



Tutup Galon di mata masyarakat. Dengan sosialisasi dan promosi yang gencar diharapkan perusahaan mampu menarik hati dan menumbuhkan loyalitas konsumennya.

2. Dengan semakin bertambahnya permintaan pasar, maka OKE Tutup Galon akan menambahkan variasi produknya. Dengan menambahkan variasi produk maka OKE Tutup Galon akan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

3. Membangun hubungan dengan konsumen adalah hal yang penting bagi setiap produsen. Oleh karena itu OKE Tutup Galon wajib untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen. OKE Tutup Galon menjaga hubungan baik dengan konsumen seperti memberikan hadiah atau bingkisan kepada konsumen pada saat hari raya lebaran atau natal, dengan begitu konsumen akan merasa diperhatikan oleh OKE Tutup Galon dan akan terus loyal terhadap OKE Tutup Galon.

### STRATEGI S-T

1. Konsumen pasti akan senang dengan adanya diskon atau potongan harga, oleh karena itu OKE Tutup Galon akan memberikan diskon bagi konsumen yang membeli tutup galon dalam jumlah tertentu. Hal ini bertujuan agar konsumen puas berbelanja di OKE Tutup Galon serta ingin kembali lagi membeli di OKE Tutup Galon atau dengan tujuan menjaga loyalitas pelanggan.

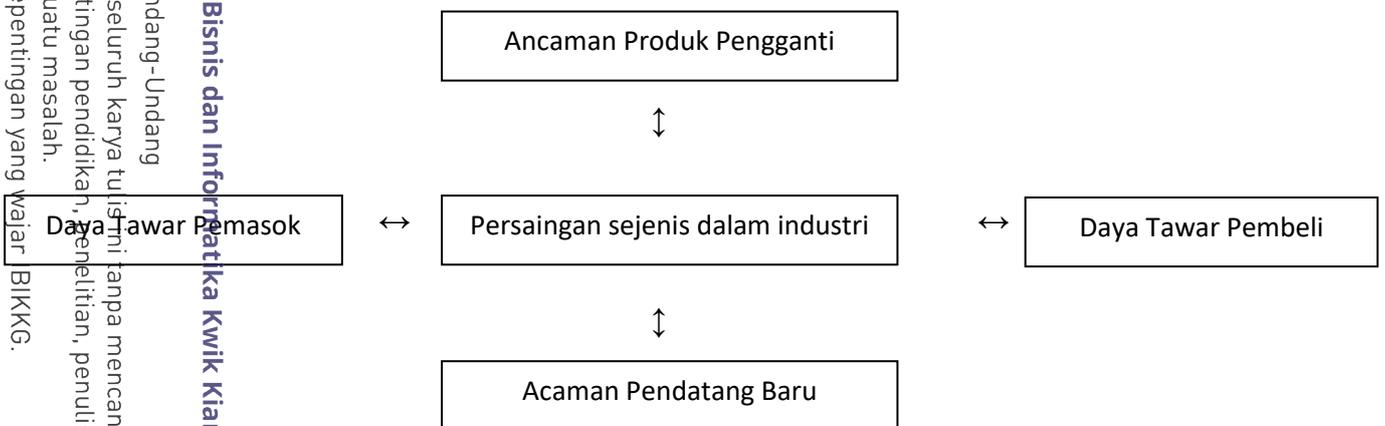
2. Memberikan layanan, harga, dan kualitas kepada konsumen adalah hal yang penting untuk meningkatkan loyalitas konsumen kepada OKE Tutup Galon. Dengan memberikan tiga aspek tersebut maka konsumen akan merasa diperhatikan sehingga muncul rasa loyal terhadap OKE Tutup Galon.

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



1. Evaluasi adalah hal yang terpenting dalam menjalankan suatu bisnis, dengan melakukan evaluasi maka kita dapat mengetahui apa yang menjadi kelemahan dan kelebihan kita dibandingkan pesaing di setiap bulanya. OKE Tutup Galon melakukan evaluasi di setiap akhir bulan, dengan tujuan apakah yang menjadi kekurangan OKE Tutup Galon dan mencari solusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut

#### 4. Model Lima Kekuatan Porter



Sumber : Fred R.David. Manajemen Strategis konsep.Salemba. Buku 1.Edisi 12

##### a. Persaingan sejenis dalam Industri

Konsep yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat berhasil sejauh ia menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Perubahan dalam strategi oleh suatu perusahaan bisa di tanggap dengan langkah balasan, seperti penurunan harga, peningkatan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, pengintensifan iklan. Intensitas persaingan antar perusahaan saingan cenderung meningkat lebih tajam ketika jumlah persaingan semakin banyak. Dalam hal ini OKE Tutup Galon memiliki intensitas persaingan yang tinggi



dikarenakan pada satu lokasi yang sama dengan toko penjual tutup galon lainya sehingga terjadi persaingan dalam harga dan kualitas produk, layanan yang diberikan dan sebagainya. Akan tetapi membuktikan bahwa usah ini layak dijalankan karena adanya pangsa pasar yang menjajikan.

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**b. Ancaman pendatang baru**

Meningkatnya intesitas persaingan antar perusahaan akan terjadi, bila perusahaan baru dapat dengan mudah masuk kedalam industri tertentu. Hambatan bagi masuknya perusahaan baru dapat mencangkup kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi secara cepat, kebutuhan untuk menguasai teknologi dan trik-trik praktis, kurangnya pengalaman, loyalitas konsumen yang kuat, dan sebagainya. Potensi masuknya pesaing baru dapat dikatakan tinggi, karena untuk masuk kedalam bisnis usaha tutup galon membutuhkan modal yang cukup rendah dan pembelajaran akan proses perdangangnya cepat.

**c. Ancaman produk pengganti**

Tekanan kompetitif yang meningkat dari produk pengganti bertambah ketika harga relatif produk pengganti tersebut turun dan manakalah biaya peralihan konsumen juga turun. Kekuatan kompetitif produk pesaing bisa diukur dengan penelitian terhadap pangsa pasar yang berhasil diraih produk itu, dan juga rencana perusahaan tersebut untuk meningkatkan kapasitas produksi dan penetrasi pasar. Dari hal ini OKE Tutup Galon tidak merasa terancam karena akan terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk kami.

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.



d. Daya tawar pemasok

Daya tawar pemasok mempengaruhi persaingan industri. Khususnya ketika terdapat sejumlah pemasok, atau ketika hanya terdapat sedikit bahan mentah pengganti yang bagus, atau ketika biaya peralihan ke bahan mentah lain sangat tinggi. Di banyak industri, penjual menjalin kemitraan strategis dengan pemasok terpilih dalam upaya mengurangi persediaan dan logistik, mempercepat ketersediaan komponen generasi selanjutnya, meningkatkan kualitas komponen yang dipasok serta mengurangi tingkat kecacatannya, yang menekan pengeluaran lebih baik bagi diri mereka sendiri maupun pemasok mereka. OKE tutup galon memiliki daya tawar menawar pemasok yang sangat kuat karena pemasok-pemasok yang ada cukup banyak. Sehingga dalam hal ini OKE Tutup Galon mudah menjalin kemitraan yang strategis dengan pemasok.

e. Daya tawar konsumen

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

- a) Jika mereka dengan mudah dan murah beralih ke merek atau pengganti pesaing
- b) Jika mereka menduduki tempat yang sangat penting bagi penjual
- c) Jika penjual menghadapi masalah menurunnya permintaan konsumen
- d) Jika mereka memegang informasi rentang produk, harga dan biaya penjualan.

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.



- e) Jika mereka memegang kendali mengenai apa dan kapam mereka bisa membeli produk



OKE Tutup Galon memiliki daya tawar menawar konsumen yang berpengaruh bagi perkembangan usahanya, sering kali konsumen menegosiasikan harga jual, garansi, dan paket pembelian. Hal ini memudahkan OKE Tutup Galon untuk menajalin hubungan yang baik dengan konsumen

## 5. Analisis PESTLE

### Analisis PASTEL

Banyak sekali terdapat faktor lingkungan makro perusahaan, seperti perubahan demografi, perkembangan teknologi, peraturan pemerintah yang baru, dan berbagai macam eksternal lainnya yang dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan. Kesemua faktor tersebut dapat dianalisis dengan menggunakan semua alat, yakni PESTLE (*Political, Economical, Sosio-cultural, Technological, Legal, and Environmetal*).

Analisis PESTLE ini dilakukan dalam organisasi sebagai bagian dari pengembangan strategis dari perencanaan bisnis dan pemasaran. PESTLE digunakan untuk menganalisis faktor-faktor eksternal organisasi.

Berikut ini analisis PESTLE dari OKE Tutup Galon

#### a. Politik

Faktor politik tentunya merupakan sebuah faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kondisi sebuah industri dalam suatu negara. Faktor politik di Indonesia saat ini dapat dikatakan relatif stabil. Regulasi pemerintah terhadap perdagangan pun dapat dikatakan baik, dalam artian pemerintah mendukung secara positif terhadap perdagangan di Indonesia.

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.



Faktor politik tentunya merupakan sebuah faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kondisi sebuah bisnis dalam suatu negara. Industri tutup galon merupakan industri yang baru di Indonesia karena sebelumnya tidak banyak konsumen yang memilih untuk mengisi air ulang atau *refill*. Akan tetapi untuk sekarang banyak konsumen yang berpindah untuk mengisi air minumannya dengan air isi ulang karena konsumen mendapatkan produk yang sama baiknya dengan air dengan air minum yang dihasilkan oleh perusahaan air minum. Dengan adanya dukungan dari pemerintah untuk mendukung gerakan wirausaha mandiri maka akan semakin mudah untuk memudahkan pendirian dan proses jalannya OKE Tutup Galon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

b. Ekonomi

Ekonomi merupakan sebuah faktor yang sangat berperan penting untuk segala macam bentuk bisnis. Hal ini dikarenakan pendirian dari sebuah bisnis tentu tidak bisa lepas dari faktor ekonomi itu sendiri. Berbagai faktor yang terkait di dalamnya adalah mulai dari tingkat inflasi, suku bunga bank, pertumbuhan ekonomi, tingkat ekspor dan import, produksi nasional, dan sebagainya. Kondisi perekonomian di Indonesia sendiri dapat dikatakan relatif stabil dan meningkat dari tahun ketahunya. Jumlah penduduk yang banyak dan pertumbuhan ekonomi yang lumayan pesat sangat mempengaruhi kebutuhan akan air minum khususnya daerah yang sedang berkembang yaitu Bekasi. Dengan demikian pasar yang dituju akan semakin memiliki prospek yang bagus untuk kedepannya. Dengan air minum sebagian kebutuhan pokok maka tutup galon akan semakin dibutuhkan karena untuk melindungi air minum dari segala kuman penyakit.

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.



c. Sosio-kultur

Sosio-kultur merupakan salah satu faktor yang memiliki kontribusi signifikan terhadap keberlangsungan dan bisnis perdagangan tutup OKE Tutup Galon. Target area yang dibidik oleh OKE Tutup Galon berada di area Bekasi. Berikut ini adalah jumlah penduduk Bekasi dari tahun 2003-2035



Sumber: <http://bebasbanjir2025.wordpress.com>

Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwa daerah Bekasi, setiap tahunnya selalu terjadi peningkatan penduduk. Hal ini sangat baik, karena dengan meningkatkan jumlah penduduk, maka akan meningkat pula jumlah permintaan akan air minum sehingga menimbulkan peluang bagi OKE Tutup Galon.

Dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia khususnya di daerah Bekasi maka peluang yang akan dihasilkan akan semakin terbuka, karena penduduk disana membutuhkan air minum yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu bisnis air minum isi ulang akan semakin banyak, sehingga menimbulkan peluang bagi OKE tutup Galon yang dalam hal ini memproduksi tutup galon.

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



#### d. Teknologi

Perkembangan teknologi yang revolusioner memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap keberlangsungan sebuah perusahaan. Teknologi merupakan faktor utama yang mempengaruhi keberlangsungan bisnis. Akan tetapi untuk menjalankan bisnis distribusi tutup galon tidak memerlukan teknologi yang canggih, alat atau teknologi yang digunakan hanya mesin kasir saja yang digunakan untuk mencatat pembayaran transaksi.

#### e. Hukum

Hukum juga serta berperan penting dalam pendirian usaha OKE Tutup Galon, karena produk hukum yang turut serta mendukung keberlangsungan bisnis ini adalah UU PERDAGANGAN. Undang-undang diperlukan untuk melindungi produsen dari tindakan kecurangan dari berbagai pihak. Sebagai usaha kecil, kejelasan, bantuan, dan perlindungan dari pemerintah sangatlah diperlukan demi kemajuan usaha OKE Tutup Galon ini. Selain itu, hal yang harus dijelaskan adalah masyarakat masalah kejelasan pajak yang seharusnya memang diperuntukan bagi masyarakat.

#### f. Lingkungan

Pada saat sekarang dunia sedang di landa *global warming* atau pemanasan global dengan begitu suhu udara yang dirasakan akan semakin panas dari suhu biasanya, oleh karena itu OKE Tutup Galon terbuat dari bahan yang dari tutup bekas yang di daur ulang dengan demikian mengurangi pemanasan global dan membuat harga yang ditawarkan menjadi lebih mudah.

### A. Gambaran Masa Depan

Gambaran masa depan sangatlah diperlukan untuk memprediksi bagaimana perkembangan usaha yang akan dibangun kelak kemudian hari. Oleh karena itu, perlu

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.



dipelajari bagaimana perilaku konsumen, daya beli, dan hal-hal yang berhubungan dengan minat konsumen di area tersebut

Ⓒ Begitu banyak bisnis yang telah dijalankan dan ditentukan tetapi masih banyak bisnis berakhir pada gulung tikar. Kebanyakan dari mereka tidak melakukan penelitian yang terlebih dahulu. Oleh karena itu, survey telah dilakukan terhadap segmen pasar yang akan dituju untuk membuka bisnis *supplier* tutup galon di daerah bekasi yang merupakan daerah yang sering dilalui orang.

Daerah Bekasi merupakan daerah yang sedang berkembang, oleh karena itu merupakan pasar yang baik untuk masuk kedalam bisnis tutup galon, karena dengan semakin meningkatnya ekonomi suatu daerah maka semakin baik juga untuk memperhatikan unsur kesehatan. Dengan begitu maka permintaan akan air minum akan meningkat, oleh karena itu maka air minum yang baik harus bersih dari kuman atau virus yang dapat mengganggu kesehatan dengan demikian maka diperlukan tutup galon untuk melindungi air tersebut. Melihat kesempatan itu maka, OKE Tutup Galon ingin membuka usaha dibidang tutup galon yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan produsen air minum atau kosnsumen yang membutuhkan tutup galon.

## B. Analisis Pesaing

Dalam pasar terdapat persaingan bebas untuk distributor tutup galon. Ditingkat pasar, perusahaan bersaing untuk memperoleh pamgsa pasar yang lebih besar. Ini berarti bahwa bisnis selalu indentik dengan persaingan, dan bahwa pengetahuan secara rinci mengenai karakteristik pesaing-pesaing merupakan kunci utama untuk mengetahui seberapa ketat persaingan yang akan terjadi.

Selain itu, kebanyakan pengusaha biasanya menghadapi ancaman-ancaman yang berpotensi dan harus waspada karena siapa pesaingnya serta apakah ketakutan-ketakutan mereka sehingga rencana pemasaran yang efektif dapat diterapkan. Kebanyak

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.



pesaing dapat mudah diidentifikasi dari pengalamn bisnisnya, profil usaha pada artikel yang terpublikasi, iklan, dan *website* yang ditayangkan.

Seorang pengusaha agar dapat bersaing perlu mempelajari produk, harga, saluran distribusi maupun promosi yang dilakukan oleh para pesaing terdekat. Melalui cara ini perusahaan dapat menemukan bidang-bidang yang berpotensi untuk dijadikan keunggulan sekaligus mengetahui kelemahan pesaingnya. Hal tersebut sangat penting karena pada era globalisasi ini kita harus melakukan *up to date* terhadap perusahaan kita sesuai dengan perkembangan yang apa terjadi di sekitar kita.

Persaingan adalah perusahaan yang menghasilkan atau membuat barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan. Analisis pesaing adalah memahami apa yang ada di benak perusahaan lain dengan cara memetakan semua ide-ide yang tersembunyi untuk masa yang akan datang. Analisis pesaing berusaha memahami perilaku dalam jangka panjang kesalahan fatal dari analisis persaingan adalah fokus yang berlebihan pada kondisi saat ini.

Cara-cara untuk memperoleh informasi mengenai pesaing, antara lain

1. Melalui internet untuk mengetahui data pesaing yang sudah menggunakan teknologi *webiste* terhadap perusahaan mereka
2. Mengunjungi personal ke perusahaan untuk :
  - a. Mengamati bagaimana karyawan berineraksi dengan karyawan
  - b. Mengamati produk atau jasa yang mereka jual kepada pelanggan
  - c. Mencoba membeli barang yang mereka jual untuk tes harga yang mereka berikan
3. Berbicara kepada pelanggan para pesaing untuk medapatkan pendapat pelanggan mengenai perusahaan dan perusahaan pesaing.

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. Memastikan tujuan pesaing, yaitu dengan cara memperhatikan apa yang ingin dikuasai pesaing seperti daerah penjualan, segmen penjualan dan pelanggan yang dituju.

5. Mempelajari media iklan yang dikeluarkan oleh pesaing yaitu menentukan posisi pasar, penampilan produk atau jasa, keuntungan yang diberikan, dan harga.

Jumlah supplier tutup galon di daerah Bekasi sangat banyak, melihat hal itu

OKE Tutup galon ingin melakukan difrensiasi agar bisnis yang dijalankan dapat memberikan nilai kompetitif. Difrensiasinya tersebut dapat dilakukan dengan banyak cara.

### C Segmentasi Pasar

Melakukan segmentasi pasar merupakan hal yang penting untuk memilah pasar menjadi bagian-bagian yang dapat diatur secara strategis, sehingga penerapan strategi dapat tepat sasaran dan lebih akurat

Menurut Kotler dan Keller ( 2008 : 301), “ Untuk melakukan segmentasi pasar konsumen terdapat empat segmentasi pasar utama yang dapat digunakan, yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, dan segmentasi perilaku.”

Pemilihan segmentasi pasar yang dilakukan oleh OKE Tutup Galon berdasarkan tolok ukur di atas dapat dilihat seperti di bawah ini.

#### 1. Segmentasi Geografis

Dalam segmentasi geografis, adanya sebuah analisis mengenai pembagian wilayah berdasarkan unit-unit geografinya, yaitu negara, negara bagian, wilayah, provinsi, dan kota. Adapun beberapa hal yang perlu diperhatikan didalam penentuan segmen geografis adalah kondisi lingkungan bisnis, kemudahan untuk dicapai konsumen, tersedianya tempat dan biaya, pilihan pribadi wirausaha, dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG Onstingt Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie 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.



tersedianya sumber daya. Berdasarkan letak pembangun OKE Tutup Galon maka pemilihan segemntasi geografis dianggap tepat bagi perusahaan. Terletak di daerah yang padat penduduk dan terletak di Harapan Indah merupakan suatu keuntungan bagi OKE Tutup Galon dalam meraih segmen geografis.

### Segementasi Demografis

Elemen-elemen yang berada dalam segemen demografis yang diterapkan oleh OKE Tutup Galon adalah sebagai berikut:

- a. Umur dan daur hidup, yaitu membagi pasar menjadi kelompok-kelompok umur dan daur hidup yang berbeda.
- b. Jenis kelamin, yaitu membagi pasar menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan.
- c. Pendapatan, yaitu membagi pasar menjadi kelompok yang berdasarkan pendapatan dari setiap individu.
- d. Generasi yaitu membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan generasi yang berbeda
- e. Kelas sosial, yaitu membagi pasar menjadi kelompok kelas sosial yang berbeda-beda.

Segementasi demografis OKE Tutup Galon tidak terbatas terhadap kelas sosial, pendapatan, jenis kelamin, generasi, sebab bisnis yang penulis akan dirikan ini merupakan bisnis dagang, yang mana pelanggan yang membutuhkan tutup galon siap untuk kami layani.

### 3. Segmentasi *Psikografis*

Segmentasi psikografis yaitu upaya untuk membagi pemebel menjadi kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, atau karakteristik kepribadian.

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.



Fokus segmentasi psikografis OKE Tutup Galon tertuju pada konsumen dari kelas menengah dan kelas bawah. Kelas menengah menginginkan suatu produk tutup galon yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

#### 4. Segmentasi Perilaku

Dalam segmentasi perilaku, pembelian dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, pemakaian, atau tanggapan mereka terhadap suatu produk. Banyak pemasar yakin bahwa variabel kejadian, manfaat, status pemakaian, tingkat pemakaian, status kesetiaan, tahap kesiapan pemasaran dan sikap merupakan titik awal terbaik dalam membentuk segmentasi pasar (Taufik Amir, 2005:110)

Setelah mengevaluasi segmen-segmen untuk OKE Tutup Galon, menurut Kotler dan Armstrong (2003, 299), perusahaan dapat mempertimbangkan 5 pola pemilihan pasar sasaran, yaitu sebagai berikut :

##### a. Konsentrasi segmen tunggal

Melalui pasar yang terkonsentrasi, perusahaan mendapat pengetahuan yang kuat tentang kebutuhan segmen dan meraih posisi pasar yang kuat di segmen tersebut.

##### b. Spesialisasi efektif

Perusahaan memilih sejumlah segmen, secara objektif masing-masing segmen menarik dan memadai.

##### c. Spesialisasi produk

Perusahaan berkonsentrasi dalam menghasilkan produk tertentu yang dijual ke beberapa konsumen.

##### d. Spesialisasi pasar

Perusahaan berkonsentrasi untuk melayani berbagai kebutuhan dari suatu kelompok pelanggan tertentu.

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



- e. Perusahaan berusaha melayani kelompok pelanggan dengan menyediakan semua produk yang mungkin mereka butuhkan.



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

#### D. Ramalan Industri dan Pasar

Menurut Freddy Rangkuti (2005:61), “Forecasting merupakan alat yang sangat penting dalam membuat estimasi berapa besarnya permintaan. Ada dua pendekatan yang dapat dipakai dalam membuat peramalan (forecasting) suatu bisnis, yaitu analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Analisis kuantitatif banyak menggunakan pendekatan model matematika dengan menggunakan data yang bersifat historis dan kasual. Sedangkan analisis kualitatif banyak menggunakan pendekatan bersifat subyektif yang berhubungan dengan pengambilan keputusan, misalnya emosi, pengalaman pribadi, serta system nilai yang dianut. Namun banyak perusahaan yang menggunakan peramalan besarnya permintaan.”

Dengan karakter daerah di Indonesia yang sangat beragam, beragam pula potensi antara suatu daerah dengan lainnya. Tingkat tabungan, hutang dan pinjaman akan menentukan seberapa besar potensi pengeluaran yang akan dilakukan oleh seseorang. Laju pertumbuhan ekonomi Bekasi dapat di simak pada tabel sebagai berikut :

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

Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Bekasi Menurut Lapangan Usaha (Rp)

Lapangan Usaha	2007	2008	2009	2010
Premier	214,956.77	262,837.79	271,780.41	306,815.36
1. Pertanian	214,956.77	262,837.79	271,780.41	306,825.36
2. Pertambangan	-	-	-	-
Sekunder	13,579,066.75	15,482,062.84	15,804,969.22	17,624,265.9
3. Industri	11,765,711.35	13,344,270.25	13,499,050.01	15,050,414.52
4. Listirik dan gas	876,762.33	1,045,974.72	1,159,616.13	1,219,928.30
5. Bangunan	936,539.07	1,091,817.87	1,146,303.07	1,281,916.42
Tersier	11,625,161.30	13,780,459.67	15,398,683.23	17,118,785.94
6. Perdagangan, hotel, restoran	7,261,830.13	8,633,456.68	9,640,712.00	10,755,693.33
7. Pengangkutan	1,933,126.55	2,362,760.16	2,878,363.38	2,946,736.98
8. Lembaga keu.	939,876.90	1,103,846.53	1,199,729.96	1,365,300.95
9. Jasa-jasa	1,490,327.71	1,680,396.30	1,881,832.89	2,051,04.68
PBRD	25,419,184.82	29,525,360.30	31,475,387.86	35,049,860.54

Sumber : bekasikota.go.id

Hal yang perlu dicermati adalah bagaimana sumbangan masing-masing sektor untuk memberikan kontribusi bagi perkembangan ekonomi di Kota Bekasi. Sumbangan terbesar berasal dari sektor pertanian dikarenakan sektor tersebut merupakan sektor premier atau utama di Kota Bekasi, sedangkan di urutan kedua atau usaha sekunder diisi dengan industri, bangunan, dan gas serta air. Sedangkan usaha ketiga atau usaha tersier yang hanya memberikan kontribusi kecil adalah perdagangan, hotel, restoran, pengangkutan, lembaga keuangan, dan jasa-jasa. Dilihat

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

dari perkembangannya perkonomian Kota Bekasi yang semakin menanjak menunjukkan potensi yang bagus untuk mendirikan usah, oleh karena itu OKE Tutup Galon didirikan di Kota Bekasi, tepatnya di Harapan Indah.

Target pasar dari OKE Tutup Galon yaitu daerah Bekasi dan DKI Jakarta (Jakarta Utara dan Jakarta Timur). Namun tidak menutup kemungkinan bahwa OKE Tutup Galon akan melayani pelanggan dari luar daerah atau luar korta seperti Surabaya dan semarang, hingga seluruh Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
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.