



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Dalam perencanaan pendirian sebuah bisnis sangatlah penting bagi calon pelaku usaha untuk melakukan industry yang berkaitan dengan usahanya, analisis industry ini bermanfaat untuk mengetahui lingkungan bisnis secara eksternal, melihat kecenderungan pasar, perilaku konsumen dan faktor faktor yang merubah perkembangan industry seperti teknologi. Pelaku bisnis pun harus menganalisa pesaing-pesaingnya yang ada di industry sejenis dengan usaha yang akan didirikan, melakukan survey kepada konsumen para pesaing atau pun kekuatan dan kelemahan para pesaing yang berada di daerah tempat kita mendirikan usaha.

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Rental perlengkapan kamera sudah tidak asing lagi di telinga para fotografer maupun para konten creator, banyak sekali usaha usaha baru yang bermunculan yang berkecimpung jasa penyewaan alat photography terutama di kota kota besar yang mempunyai destinasi pariwisata yang bagus, namun beberapa usaha jasa ini tidak dapat menjangkau kota- kota kecil yang membuat fotografer daerah menjadi kesulitan untuk mendapatkan jasa sewa peralatan kamera ini,

Pertumbuhan industry Jasa Rental kamera sedang mengalami peningkatan yang signifikan di dukung oleh peningkatan masyarakat yang mempunyai hobi di photography atau pun videography, begitupun banyaknya komunitas komunitas fotografi yang berada di kota besar maupun di daerah daerah yang biasanya mengadakan acara hunting bersama, tak hanya itu fotografer freelance yang biasanya melayani jasa jasa foto bagi konsumen mereka mulai dari prewedding, wedding party, produk dan makanan semakin

banyak, hal itu menyebabkan usaha usaha sewa kamera dan perlengkapannya kebanjiran order, harga kamera dan perlengkapannya yang mahal membuat para fotografer memilih alternatif sewa alat di banding membeli peralatan, untuk menunjang kinerja jasa mereka ataupun sekedar menyalurkan hobi mereka.

Fotografi ini termasuk salah satu dari 16 subsektor dari industry kreatif yang berkontribusi pada perekonomian indonesia, menurut Wisnutama kusubandio Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sumbangan sektor ekonomi kreatif pada Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada 2020 diperkirakan mencapai Rp1.100 triliun. Hal ini merujuk pada data Opus Creative Economy Outlook 2020. "Indonesia menjadi negara ketiga terbesar di dunia setelah AS dan Korea Selatan, dalam hal kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB negara dan menyerap tenaga kerja yang besar jumlahnya, yaitu 17 juta orang," 16 subsektor industry kreatif ini mencakup, yakni seni rupa, desain produk, desain komunikasi visual, desain interior, arsitektur, seni pertunjukan, kuliner, **fotografi**, fashion, fesyen, musik, periklanan, penerbitan, televisi dan radio, aplikasi dan pengembangan permainan, serta film animasi dan video. Artinya pertumbuhan ekonomi kreatif di indonesia terus menunjukkan trend positif termasuk fotografi.

Sumber : <https://republika.co.id/berita/q70yhe383/kontribusi-ekonomi-kreatif-ke-pdb-ditarget-naik-74-persen>



B. Analisis Pesaing

Analisis pesaing merupakan suatu perbuatan menganalisa atau mengidentifikasi jumlah pesaing yang ada di daerah tempat usaha kita, apa-apa saja yang dilakukan oleh pihak pesaing atau perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa yang mirip dengan produk kita. Langkah-langkah dalam melakukan analisa pesaing sebagai berikut:

a. Identifikasi Pesaing

mengetahui jumlah dan jenis pesaing serta kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki, perusahaan perlu membuat peta persaingan yang lengkap. Pembuatan peta persaingan yang digunakan untuk melakukan analisis persaingan memerlukan langkah-langkah yang tepat. Langkah pertama yang dilakukan adalah dengan identifikasi seluruh pesaing yang ada, tujuannya agar kita mengetahui secara utuh kondisi pesaing kita, langkah yang harus dilakukan dalam melakukan identifikasi pesaing antara lain:

1) jenis produk yang ditawarkan

Kadang kadang sebuah perusahaan tertentu memiliki produk yang beragam. tugas perusahaan adalah mengidentifikasikan secara lengkap dan benar produk apa saja yang dimiliki oleh pesaing pesaingnya. identifikasikan siapa pesaing utama yang terdekat serta pesaing lainnya yang juga berpotensi mengancam perusahaan kita sekarang dan di masa yang akan datang

2) Melihat besarnya pasar yang dikuasai

Market Share pesaing Untuk melihat besarnya pasar yang dikuasai pesaing, dapat dilakukan melalui segmen pasar yang akan dimasuki.



Dalam hal ini perusahaan harus mengestimasi besarnya pasar dan market share masing-masing pesaing.

3) identifikasi peluang dan ancaman

Dengan mengestimasi besarnya market share, akan kelihatan peluang yang ada serta ancaman yang mungkin timbul sekarang dan di masa yang akan datang. Setiap peluang harus dimasuki dan diusahakan untuk menciptakan peluang baru yang sebesar besarnya. Kemungkinan ancaman atau masalah yang timbul pun harus segera diantisipasi sehingga tidak menimbulkan masalah baru.

b. Identifikasi Reaksi Pesaing

Reaksi pesaing maksudnya bagaimana pola dan strategi pesaing dalam merebut segmen pasar yang ada, dan bagaimana perusahaan mampu melakukan terobosan-terobosan baru dalam rangka mengungguli pesaing yang ada.

c. Analisis Kekuatan Dan Kelemahan Pesaing

Sebagai langkah awal dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan para pesaingnya, perusahaan harus mengumpulkan informarsi terbaru mengenai bisnis setiap pesaing, termasuk data penjualan, pasang pasar, marjin laba, penghematan investasi, arus kas, investasi baru. dan penggunaan kapasitas. perusahaan umumnya mempelajari kekuatan dan kelemahan pesaing mereka melalui data sekunder, pengalaman pribadi, dan kabar angin yang mereka dapat, memperluas pengetahuan dengan melakukan riset pemasaran primer atas pelanggan, pemasok, dan penyalur. Semua sumber ini membantu perusahaan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



untuk memutuskan siapa yang akan diserang dalam pasar dengan pengendalian yang dapat di program.

d. Memilih Pesaing

Dengan informasi persaingan yang baik, perusahaan akan merasa lebih mudah untuk merumuskan strategi persaingan mereka. Sangat sering terjadi, perusahaan melakukan analisa nilai pelanggan, tujuannya adalah untuk menentukan manfaat yang diinginkan oleh pelanggan dalam pasar sasaran dan bagaimana mereka merasakan nilai relatif dari ta'aran pemasok yang sedang bersaing. Adapun pesaing pesaing dari Lens creative Rent sebagai berikut: Para pesaing kami di daerah sekitar kabupaten lebak banten hanya ada dua usaha sejenis, usaha rental kamera, Rental kamera DSLR suwirto dan AROM rental kamera sajira, untuk kabupaten terluas di provinsi banten hanya ada dua usaha sewa kamera, ini membuktikan bahwa persaingan tidak ketat dan peluang masih terbuka lebar. Berikut Pesaing dari Lens creative Rent:

1) Rental Kamera DSLR Suwirto

Jenis Produk : Jasa Sewa Kamera Dslr

Alamat Kantor : Nanggerang Rt03/04, Haurgajrug, Cipanas,
Kabupaten Lebak, Banten

2) AROM Rental Kamera Sajira

Jenis produk : Jasa Sewa Kamera Dslr

Alamat Kantor : KP.CIPAHIT RT/RW:001/001. Sajira
Kabupaten Lebak, Banten

Nomor Telepon Kantor : 0812-9472-3786



Berikut ini merupakan tabel penyajian keunggulan dan kelemahan pesaing dari

Lens Creative Rent yang dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1
Keunggulan dan Kelemahan Pesaing

PESAING	KELEBIHAN	KELEMAHAN
Rental kamera DSLR suwirto	<ul style="list-style-type: none"> • sudah berdiri cukup lama sehingga mempunyai pelanggan tetap. • toko buka 24 jam sehingga pelanggan leluasa datang kapan pun. 	<ul style="list-style-type: none"> • kelengkapan barang hanya kamera DSLR • sistem pemasaran yang monoton. • harga yang lumayan mahal untuk ukuran kamera dslr. • tidak menyediakan perlengkapan lain • tempat usaha kurang strategis.
AROM rental kamera sajira	<ul style="list-style-type: none"> • toko buka 24 jam sehingga pelanggan leluasa datang kapan pun. • Kelengkapan alat sewa yang lumayan banyak. • Sudah berdiri cukup lama sehingga sudah lumayan di kenal masyarakat. 	<ul style="list-style-type: none"> • sistem pemasaran yang monoton. • tempat usaha kurang strategis. • alat yang sudah terlalu berumur. • hanya mengadakan kamera DSLR.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Analisis PESTLE

Analisis PESTEL (Politik, Economic, Social, Technology, Envirotment, and Legal) adalah analisa yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan makro (eksternal) yang dihadapi suatu organisasi atau perusahaan. Termasuk didalamnya Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan dan Hukum. Bergantung pada perusahaan. Dalam pemasaran, sebelum segala jenis strategi atau rencana taktis dapat diimplementasikan, penting untuk melakukan analisis situasional. Analisa PESTEL merupakan salah satu cara untuk melakukan analisa situasional tersebut.

1. POLITIK

Dalam mengembangkan bisnis tentunya pelaku usaha harus memperhatikan faktor politik di tempat Kita menjalankan bisnis. Faktor politik di sini meliputi seluruh kebijakan pemerintah secara keseluruhan. Faktor politik meliputi kebijakan ekspor-impor, kebijakan pajak, kebijakan tenaga kerja, kebijakan tanggung jawab lingkungan, hingga peraturan-peraturan yang lebih spesifik dan dibuat pada kondisi tertentu misalnya larangan menjual barang-barang tertentu di waktu tertentu. Adapun faktor politik yang mempengaruhi proses bisnis Lens Creative Rent Sebagai Berikut:

A. Peraturan sewa menyewa

Lens Creative Rent adalah usaha jasa penyewaan alat photography dan videography pemerintah mengatur hokum atas kegiatan usaha sewa menyewa suatau benda adalah **KUHP perdata Menurut Pasal 1548 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata** definisi Sewa-menyewa ialah Perjanjian dimana pihak yang satu mengikat diri kepada pihak lainnya untuk memberikan kepadanya kenikmatan dari suatu benda selama waktu



tertentu yang disetujui pihak lain itu. Jadi ada tiga unsur, yakni benda, harga dan waktu.

Dalam perjanjian sewa menyewa kamera digital diperlukan suatu kesepakatan kedua belah pihak terlebih dahulu. Setelah adanya kesepakatan maka timbulah hubungan hukum yang melahirkan suatu hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan kedua belah pihak, yakni pihak penyewa dan pihak yang menyewakan. Apabila salah satu pihak tidak melaksanakan apa yang telah disepakati, dan melakukan kesalahan atas dasar wanprestasi dan perbuatan melawan hukum, maka pihak tersebut harus melaksanakan suatu tanggung jawab hukum.

Berdasarkan dasar hukum yang ada LENS CREATIVE RENT membuat sebuah persyaratan tertentu bagi penyewa yang ingin menyewa peralatan kamera kepada kami yaitu dengan menunjukkan identitas mereka

1. Memberikan data nama yang harus sesuai dengan ktp, sim, npwp/ktm.
2. Memberikan semua nomer selular aktif.
3. Memberikan nomer telpon telkom rumah jika ada, atau nomer telepon anggota keluarga selaku penanggung jawab.
4. Memberikan nomer telepon kantor.
5. Bersedia untuk memberikan 2 identitas (asli) + jaminanan berupa stnk / bpkb / motor (tergantung besar alat yang disewa) untuk di simpan oleh Lens creative Rent dan konsumen dapat mengambilnya pada saat pengembalian barang.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.

6. Jika besaran barang atau benda yang di pinjam melebihi angka 15 juta konsumen Wajib memberikan atau menunjukkan tanda pengenal minimal 3 buah tanda pengenal (asli bukan foto kopi) dengan data alamat yang sama untuk ditunjukkan ke administrasi Lens Creative Rent sebagai bukti, adapun tanda pengenal tersebut dapat meliputi : Ktp, Sim, Pasport, Stnk, Kartu keluarga, Npwp, Surat-surat tagihan. Dengan nama, alamat, yang identik.

Setelah persyaratan itu terpenuhi konsumen akan diminta di foto sebagai jaminan lain serta mentandatangani surat perjanjian sewa, Mengembalikan barang yang di sewakan sesuai waktu yang disepakati kedua belah pihak yaitu LenS Creative Rent dan konsumen (penyewa), batas keterlambatan pengembalian adalah 1 jam, bila melebihi batas 1 jam akan dikenakan sanksi berupa mebyar denda keterlambatan sebesar Rp 25.000. perjam.

1. perjanjian ganti rugi bila terjadi kerusakan terhadap barang yang di sewakan, ganti rugi tersebut berupa mengganti barang yang rusak dengan barang yang sama dengan yang di rusak dengan kondisi baru atau mengganti berupa uang seharga barang yang dirusak dengan harga baru.
2. Penyewa dilarang keras meminjamkan, menyewakan, atau memberikan hak pakai kepada pihak ketiga, bila terjadi kerusakan yang dilakukan pihak ketiga, penyewa pertama akan bertanggung jawab penuh atas kerusakan barang tersebut.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



3. Bila terjadi kerusakan pada barang atau konsumen melakukan wanprestasi, dan konsumen atau penyewa tidak beritikad baik untuk bertanggung jawab atau mengganti barang tersebut, Pihak Lens Creative Rent akan menindaklanjuti ke jalur hukum, dengan berdasarkan surat perjanjian ini.

B. Dampak peraturan daerah terhadap usaha

Pemkab Lebak, per tanggal 1 hingga 20 Oktober 2020 akan menerapkan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB). Penerapan tersebut, menindaklanjuti kebijakan Pemprov Banten tentang penerapan PSBB di seluruh wilayah guna percepatan penanganan Covid-19. Asisten daerah (Asda) I Bidang Pemerintahan Pemkab Lebak, Alkadri mengatakan, per 1 hingga 20 Oktober 2020, Lebak akan mulai menerapkan PSBB. Kebijakan itu sudah berdasarkan hasil rapat dengan unsur Muspida yang menyepakati diterapkan PSBB. Adapun Salah satu subtansi pembatasan sosial berskala besar ini kegiatan sosial dan budaya, selama pemberlakuan PSBB, dilarang melakukan kegiatan. Kegiatan itu meliputi, resepsi pernikahan, kegiatan hiburan atau kepariwisataan, kegiatan olah raga yang lebih dari 4 orang, kkegiatan yang berhubungan dengan agenda politik dan kegiatan lain dalam rangka sosial budaya yang menimbulkan kerumunan orang dalam jumlah lebih dari 5 orang. Dimana pelarangan kegiatan ini berdampak pada permintaan jasa fotografer khususnya di resepsi pernikahan, hiburan dan pariwisata, hal ini pun akan berdampak pada usaha jasa penyewaan kamera dimana jumlah konsumen akan berkurang drastis.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



C. Wajib pajak

- 1) *Undang-Undang No. 6 Tahun 1983 yang telah diubah terakhir dengan UU No. 16 Tahun 2009 Tentang Ketentuan Umum Perpajakan.* Dasar hukum pengenaan pajak khusus UMKM mengacu pada Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009, dimana Undang-Undang ini menyempurnakan Undang-Undang Nomor 6 tahun 1983 yang berisi tentang pemberlakuan pajak untuk UMKM. Dengan demikian, pemerintah memiliki kekuatan hukum atas dasar pengenaan pajak ini.
- 2) *Undang-Undang No. 7 Tahun 1983 yang telah disempurnakan dan diubah terakhir dengan Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 yang berisi tentang Pajak Penghasilan.* Pajak penghasilan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang perpajakan No. 36 tahun 2008 serta menyempurnakan Undang-Undang Nomor 7 tahun 1983 yang mengatur tentang pajak penghasilan dari pendapatan UMKM. Dari peraturan Undang-Undang tersebut terlahir besaran tarif pajak yang berlaku.
- 3) *Peraturan Pemerintah yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 yang telah diubah dan disempurnakan dengan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 yang berisi tentang Pajak Pertambahan Nilai.* Semua komoditi usaha bagi para pelaku UMKM akan diatur dalam pajak pertambahan nilai. Dengan demikian, tidak hanya sebatas penghasilan dan omzetnya saja yang akan dikenakan pajak, tetapi juga

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



komoditi barangnya. Peraturan pemerintah ini hanya sebagai landasan hukum semata.

1. Economy

Faktor ekonomi dalam menentukan arah kebijakan bisnis Anda menjadi sangat fundamental. Faktor ekonomi meliputi kondisi permintaan dan penawaran, inflasi, nilai tukar mata uang dan juga pertumbuhan ekonomi. Faktor ekonomi ini sangat berpengaruh significant dalam keberlangsungan usaha yang akan di jalankan, untuk saat ini faktor ekonomi indonesia kurang mendukung melihat dengan bencana covid 19 yang berdampak signifikan terhadap perekonomian Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan, produk domestik bruto (PDB) RI pada kuartal III-2020 minus 3,49 persen (year on year/yoy). Secara kuartalan, ekonomi sudah mulai tumbuh sebesar 5,05 persen dan secara kumulatif masih terkontraksi 2,03 persen. Dibandingkan kuartal II-2020, realisasi pertumbuhan ekonomi tersebut membaik. Pasalnya, pada kuartal II lalu, pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami kontraksi yang cukup dalam, yakni mencapai 5,32 persen. "Dengan berbagai catatan peristiwa pada triwulan II-2020, ekonomi Indonesia kalau PDB atas dasar harga konstan kita bandingkan pada kuartal II-2019, maka ekonomi kontraksi 3,49 persen”.

Menurut Ekonom Institute for Development of Economics and Finance (INDEF), Bhima Yudhistira Adhinegara Dampak yang di timbulkan Resesi ini penurunan pendapatan di kelompok masyarakat menengah dan bawah secara signifikan. Hal ini akan menimbulkan orang miskin baru dengan kata lain

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.

terjadi peningkatan jumlah kemiskinan di Indonesia. Adapun dampak lain adalah penurunan jumlah pendapatan perusahaan hampir di semua sektor yang menyebabkan perusahaan mengistirahatkan karyawannya atau bahkan memberhentikan hubungan kerja, hal ini menimbulkan peningkatan jumlah pengangguran di Indonesia. Dampak langsung pada usaha ini jika pengangguran dan daya beli turun drastis maka tingkat konsumsi masyarakat akan menurun juga, hal itu menyebabkan penurunan pendapatan pada usaha Sewa peralatan kamera ini karena konsumen akan lebih mementingkan kebutuhan yang lebih pokok di bandingkan mengeluarkan uang mereka untuk sekedar menyewa kamera.

2. Social

Faktor ini sebenarnya melihat bagaimana perilaku konsumen di suatu wilayah tertentu. Misalnya saja tren yang sedang dipegang oleh komunitas konsumen yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja atau berkehidupan. Namun bukan hanya itu saja, faktor sosial budaya juga bisa dilihat dari demografis misalnya pertumbuhan populasi, sebaran usia dan kelamin, dan juga tingkat kemampuan ekonomi. Adapun Lens Creative Rent yang berada di daerah Rangkas Bitung Lebak Banten dimana berdasarkan Badan Pusat Statistik (Lebak) jumlah penduduknya sekitar 1.288.103 jiwa, yang terus tumbuh baik dari segi ekonomi, tingkat pendidikan dan kesadaran sosial, Lebak Banten pun sedang mengalami peningkatan jumlah organisasi masyarakat salah satunya adalah organisasi multimedia Lebak dan fotografi Lebak, banyaknya animo masyarakat yang mempunyai hobi yang berkaitan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.

dengan fotografi dan videografi maupun cinematografi akan sangat berpengaruh pada usaha kami. jumlah fotografer dilebak banten pun mengalami peningkatan yang signifikan baik tim maupun freelance semakin menjamur di kota ini. mereka biasanya melayani jasa dokumentasi foto dan video pre wedding, wedding party sampai acara resmi suatu instansi negara, dengan peningkatan ini menjadi peluang besar untuk kami dimana tidak adanya tempat atau usaha yang bergerak di jasa sewa peralatan fotografi di pusat kota rangkas bitung membuat beberapa fotografer kebingungan ketika membutuhkan alat untuk menunjang kinerja mereka, mereka biasanya memilih meminjam alat fotografi ke usaha jasa fotografi dengan harga yang mahal, Oleh karena itu Lens creative hadir untuk memenuhi permintaan itu.

3. Technology

Teknologi adalah sesuatu yang kerap kali berubah dan hal ini akan sangat berdampak pada cara seorang pemasar/ pelaku bisnis melakukan penjualan. Faktor teknologi memengaruhi pemasaran dan manajemennya dalam tiga cara berbeda: Cara baru menghasilkan barang dan jasa, Cara baru mendistribusikan barang dan jasa. Cara-cara baru berkomunikasi dengan target pasar. Untuk Lens creative sendiri, kami memanfaatkan beberapa kemajuan teknologi untuk menunjang peralatan yang kami sewakan salah satunya dalam mengadakan peralatan yang akan di sewakan, Sesuai dengan kemajuan teknologi kamera digital dan permintaan dan kebutuhan target pasar. Kami pun memanfaatkan beberapa metode penyimpanan kamera dan lensa dengan menggunakan lemari khusus kamera dan lensa yaitu dry box agar ketahanan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.

barang terus terjaga, lemari penyimpanan ini dapat menjaga kelembapan lensa dan kamera agar terhindar dari jamur yang mempengaruhi kualitas gambar yang di hasilkan nantinya. Kami pun memanfaatkan beberapa situs pemerintahan untuk menunjang kegiatan kami dalam melayani konsumen, contohnya <https://www.dukcapil.kemendagri.go.id/> untuk melakukan pengecekan keaslian identitas yang di berikan calon konsumen yang akan menjadi jaminan, menggunakan beberapa platform sosial media untuk promosi, dan membuat Website perusahaan sebagai promosi dan memuat informasi seputar perusahaan.

4. Environment

Faktor lingkungan berhubungan dengan meningkatnya kelangkaan bahan baku dan polusi. Lingkungan dan pemasaran terhubung di mana pemasaran dapat mempengaruhi lingkungan ketika melayani konsumen dengan produk dan layanan yang dimiliki. Sehingga akan adanya tekanan dari pemerintah dan orang-orang untuk mengurangi limbah yang dihasilkan. Faktor Environment bagi Lens creative Rent sebagai berikut:

Lens creative Rent ini yang bergerak di bidang jasa penyewaan alat fotografi dan videografi dimana kami tidak melakukan kegiatan produksi seperti halnya pabrik-pabrik penghasil produk, sehingga tidak ada pengaruh pencemaran terhadap lingkungan, tetapi faktor kegiatan pelayanan jasa Lens Creative Rent akan merubah mindset masyarakat maupun fotografer setempat bahwa tidak harus punya peralatan bagus untuk menjadi bisa berkarya di dunia fotografi ataupun videografi, penyewaan alat menjadi

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



1. Dilarang 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.

alternative yang akan di pilih masyarakat, fotografer atau pun konten creator. Dalam menciptakan karya atau pun sekedar menyalurkan hobinya.

5. Legal

Faktor hukum meliputi: kesehatan dan keselamatan, peluang yang setara, standar periklanan, hak dan hukum konsumen, pelabelan produk dan keamanan produk. Jelas bahwa perusahaan/ pemasar perlu mengetahui apa yang legal dan apa yang tidak legal agar dapat berdagang dengan sukses. Adapun faktor hukum yang berpengaruh pada perusahaan Lens Creative Rent adalah:

a. Perizinan usaha

pembuatan SIUP (Surat Ijin Usaha Perdagangan) Perizinan usaha sangat penting ketika seseorang atau kelompok ingin mendirikan usaha, perizinan usaha biasanya di atur langsung oleh pemerintah baik mekanisme maupun teknisnya, untuk usaha Lens creative Rent ini yang tergolong kedalam usaha kecil dimana asset yang dimiliki lebih dari Rp 50.000.000 dan kurang dari Rp 500.000.000 dengan omset pertahun Lebih dari Rp 300.000.000 dan kurang dari Rp 2.500.000.000 peraturan perizinan sebagai berikut: *Pasal 88 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik*, perlu menetapkan Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah tentang Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Bagi Usaha Mikro dan Kecil, Izin Usaha Mikro dan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Kecil yang selanjutnya disingkat IUMK adalah izin yang diterbitkan oleh Lembaga OSS untuk usaha mikro dan usaha kecil sebagai berikut.

- 1) Pelaku Usaha adalah perseorangan atau non perseorangan yang melakukan usaha dan/atau kegiatan pada bidang tertentu.
 - 2) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
 - 3) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
 - 4) Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik atau Online Single Submission yang selanjutnya disingkat OSS adalah Perizinan Berusaha yang diterbitkan oleh Lembaga OSS untuk dan atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati/wali kota kepada Pelaku Usaha melalui sistem elektronik yang terintegrasi.
- b. peraturan perundang undangan mengenai ketenagakerjaan

menurut hukum *Undang - Undang Republik Indonesia tentang ketenagakerjaan nomor 13 tahun 2003* dikatakan antara lain bahwa

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



pengusaha adalah orang perseorangan, persekutuan, atau badan hukum yang menjalankan suatu perusahaan, artinya, pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) juga termasuk pengusaha yang dikenal dalam UU Ketenagakerjaan. Antara pekerja UKM dengan pelaku UKM sebagai pengusaha tercipta hubungan kerja, yaitu hubungan antara pengusaha sebagai pemberi kerja dengan pekerja/buruh. Hubungan kerja ini didasari pada perjanjian kerja yang mempunyai unsur pekerjaan, upah, dan perintah. Dengan demikian, UU Ketenagakerjaan berlaku bagi pekerja UKM. Kemudian dalam UNDANG-UNDANG KETENAGAKERJAAN NOMOR 13 TAHUN 2003 pasal 1 no 5, di katakan pengusaha adalah:

- a) orang perseorangan, persekutuan, atau badan hukum yang menjalankan suatu perusahaan milik sendiri;
- b) orang perseorangan, persekutuan, atau badan hukum yang secara berdiri sendiri menjalankan perusahaan bukan miliknya;
- c) orang perseorangan, persekutuan, atau badan hukum yang berada di Indonesia mewakili perusahaan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan b yang berkedudukan di luar wilayah Indonesia. Artinya pemilik UMKM atau pelaku UMKM di golongan sebagai pengusaha yang harus membayar upah karyawannya sesuai dengan upah minimum regional (UMR) atau upah minimum provinsi (UMP). Karena upah minimum provinsi bukan hanya berlaku pada pekerja di sektor formal tetapi juga informal seperti UKM.
- d) Namun Upah Minimum untuk Usaha Mikro dan Kecil kini terdapat pengecualian terhadap ketentuan upah minimum tersebut berdasarkan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Pasal 81 angka 28 UU Cipta Kerja yang memuat baru Pasal 90B ayat (1) UU Ketenagakerjaan yang berbunyi: Ketentuan upah minimum sebagaimana dimaksud dalam Pasal 88C ayat (1) dan ayat (2) dikecualikan bagi Usaha Mikro dan Kecil.

1. Adapun ketentuan upah minimum yang dimaksud yaitu UMP dan UMK yang ditetapkan oleh gubernur dengan syarat tertentu.
2. Upah pada usaha mikro dan kecil ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara pengusaha dengan pekerja/buruh di perusahaan,[8] akan tetapi sekurang-kurangnya sebesar persentase tertentu dari rata-rata konsumsi masyarakat berdasarkan data yang bersumber dari lembaga yang berwenang di bidang statistic

Lens Creative Rent sendiri memilih memberi upah kepada pekerjanya sesuai dengan upah minimum provinsi yang di tetapkan pemerintahan daerah banten yaitu sebagai berikut, Pemerintah Provinsi Banten menetapkan Upah Minimum Provinsi Banten tahun 2021 sebesar Rp2.460.996. Penetapan itu tertuang dalam surat Keputusan Gubernur Banten Nomor 561/kep.253-Huk/2020 tentang Penetapan UMP Banten tahun 2021. Dalam surat keputusan tersebut juga tertulis alasan tidak menaikkan UMP 2021,

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

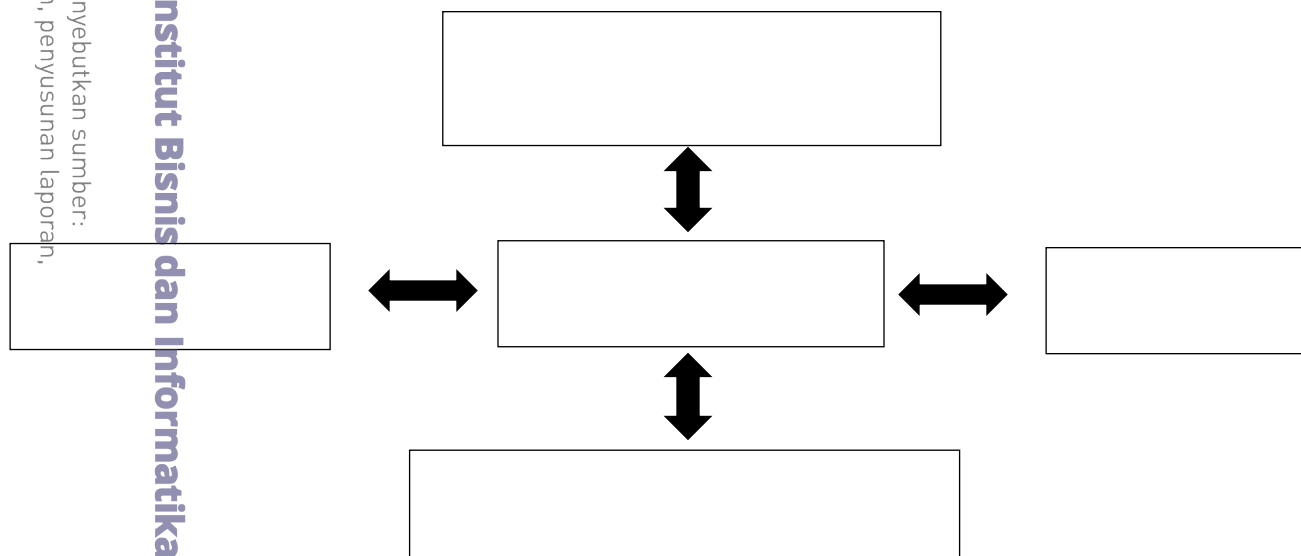
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

D. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Pesaingan model Porter (*Porter Five Forces Business Model*)

Lima Kekuatan Pesaingan model Porter adalah suatu alat yang sederhana namun sangat berguna untuk memahami dimana letak kekuatan perusahaan kita dalam menghadapi situasi persaingan di dunia bisnis. Dengan menggunakan Analisis Lima Kekuatan ini, kita dapat memahami kekuatan posisi persaingan saat ini dan kekuatan posisi persaingan pada bisnis yang sedang direncanakan. Menurut (Menurut Fred R. David (2013:113) Model Lima Kekuatan Porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Menurut Porter, hakikat persaingan suatu industri dapat dilihat sebagai kombinasi atas lima kekuatan, yaitu persaingan antar perusahaan sejenis, kemungkinan masuknya pesaing baru, potensi pengembangan produk substitusi, kekuatan tawar-menawar penjual pemasok, kekuatan tawar-menawar pembeli atau konsumen. berikut ini adalah lima model kekuatan dalam persaingan yang dapat dilihat dibawah ini

Gambar 3.2

Lima Kekuatan Pesaingan model Porter (*Porter Five Forces Business Model*)





1. Persaingan Antar Perusahaan Pesaing

Persaingan antar perusahaan pesaing (Rivalry Among Existing Firms) biasanya merupakan kekuatan terbesar dalam lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh perusahaan dapat berhasil jika ia memberikan keunggulan kompetitif dibanding strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Perubahan strategi oleh satu perusahaan mungkin akan mendapat serangan balasan, seperti menurunkan harga, meningkatkan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, memperpanjang garansi, dan meningkatkan iklan. Menurut (David, 2013). Perseteruan diantara perusahaan yang bersaing cenderung meningkat kalau jumlah pesaing bertambah karena perusahaan yang bersaing menjadi setara dalam ukuran dan kemampuan, permintaan produk industri menurun, dan potongan harga menjadi biasa. Strategi yang dijalankan oleh salah satu perusahaan dapat berhasil hanya sejauh bahwa strategi itu menyediakan keunggulan bersaing atas strategi yang dijalankan oleh perusahaan pesaing.

2. Ancaman masuknya pendatang baru (Pesaing Baru)

Kekuatan ini menentukan seberapa mudah (atau sulit) untuk masuk ke industri tertentu. Jika Industri tersebut bisa mendapatkan profit yang tinggi dengan sedikit hambatan maka pesaing akan segera bermunculan. Semakin banyak perusahaan saingan (kompetitor) yang bersaing pada market yang sama maka profit atau laba akan semakin menurun. Sebaliknya, semakin tinggi hambatan masuk bagi pendatang baru maka posisi perusahaan kita yang bergerak di industri tersebut akan semakin diuntungkan. Beberapa hambatan bagi para pendatang baru diantaranya adalah seperti :

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.

- a) Memerlukan dana atau modal yang tinggi
- b) Teknologi yang tinggi
- c) Hak Paten, Merek dagang
- d) Skala Ekonomi
- e) Loyalitas Pelanggan
- f) Peraturan Pemerintah

Ancaman pendatang baru diindustri sewa menyewa alat fotografi ini cukup tinggi dengan berbagai kemudahan untuk mendirikan bisnis ini, beberapa faktor untuk menagkal itu semua adalah dengan terus meningkatkan pelayanan terhadap konsumen sehingga loyalitas pelanggan dapat di dapatkan dengan cepat oleh Lens Creative Rent, adapun faktor modal dan teknologi sebaga hambatan bagi pendatang baru menjadi keuntungan bagi perusahaan lama yang berada di industry ini, teknologi kamera digital yang terus berkembang dan bergerak seiring perubahan jaman membuat harga peralatan fotografi ini semakin mahal. Hal ini menjadi faktor pertimbangan para pendatang baru untuk mendirikan usaha di industry ini.

3. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok yang kuat memungkinkan pemasok untuk menjual bahan baku pada harga yang tinggi ataupun menjual bahan baku yang berkualitas rendah kepada pembelinya. Dengan demikian, keuntungan perusahaan akan menjadi rendah karena memerlukan biaya yang tinggi untuk membeli bahan baku yang berkualitas tinggi. Sebaliknya, semakin rendah daya tawar pemasok, semakin tinggi pula keuntungan perusahaan. Daya tawar pemasok menjadi tinggi

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



apabila hanya sedikit pemasok yang menyediakan bahan baku yang diinginkan sedangkan banyak pembeli yang ingin membelinya, hanya terdapat sedikit bahan baku pengganti ataupun pemasok memonopoli bahan baku yang ada.

Pemasok dari Lens Creative Rent tentu perusahaan penjual alat fotografi dan perlengkapannya. Semakin banyaknya perusahaan sejenis menjadikan daya tawar pemasok semakin rendah, Namun Merk kamera dan perlengkapannya yang sangat beragam dan banyak membuat persaingan di alat digital elektronik ini semakin ketat, tetapi persaingan ini tidak terpengaruh pada ketetapan harga kamera dan lensa yang tergolong stabil dan tetap untuk beberapa tahun kebelakang. Perlombaan perusahaan pembuat alat fotografi seperti cannon, sonny dan lain lain justru di perlengkapan fitur pada produk mereka yang menambah nilai jual produk-produk perusahaan tersebut.

4. Daya Tawar Pembeli

kekuatan ini menilai daya tawar atau kekuatan penawaran dari pembeli atau konsumen, semakin tinggi daya tawar pembeli dalam menuntut harga yang lebih rendah ataupun kualitas produk yang lebih tinggi, semakin rendah profit atau laba yang akan didapatkan oleh perusahaan produsen. Harga produk yang lebih rendah berarti pendapatan bagi perusahaan juga semakin rendah. Di satu sisi, Perusahaan memerlukan biaya yang tinggi dalam menghasilkan produk yang berkualitas tinggi. Sebaliknya, semakin rendah daya tawar pembeli maka semakin menguntungkan bagi perusahaan.

Daya tawar pembeli atau konsumen jasa penyewaan alat fotografi tergantung pengetahuan konsumen akan benda atau barang yang disewakan,

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.



biasanya untuk beberapa konsumen fotografer dan masyarakat yang aktif di komunitas fotografi atau pun para konten kreator, yang sudah sadar akan kualitas dan harga dari barang yang disewakan mereka cenderung mempunyai daya tawar yang lebih tinggi, oleh karena itu Lens Creative Rent mempunyai target pasar utama adalah masyarakat yang mempunyai hobi di fotografi, fotografer, dan para konten creator.

5. Hambatan bagi Produk Pengganti

Hambatan atau ancaman ini terjadi apabila pembeli/konsumen mendapatkan produk pengganti yang lebih murah atau produk pengganti yang memiliki kualitas lebih baik dengan biaya pengalihan yang rendah. Semakin sedikit produk pengganti yang tersedia di pasaran akan semakin menguntungkan perusahaan. Untuk produk pengganti sewa menyewa kamera ini adalah pembelian peralatan sejenis, artinya pembeli atau konsumen mempunyai pilihan untuk membeli langsung dibanding menyewa peralatan kamera resiko ini cukup tinggi dan menjadi salah satu ancaman bagi perusahaan penyewaan alat fotografi, namun alat fotografi yang tergolong banyak dan mahal seperti (kamera, lensa, lighting, dan lain-lain) menjadi salah satu faktor konsumen dari perusahaan yang bergerak di bidang penyewaan ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



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

Competitive Profile Matrix adalah matriks yang mengidentifikasi pesaing-pesaing utama dari suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus pesaing dalam hubungan dengan posisi strategis dari perusahaan. Menurut Forest dan Fred David (2015:245). Profil Kompetitif Matrix mengidentifikasi pesaing perusahaan dan kekuatan serta kelemahan nya yang berkaitan dengan posisi strategis perusahaan karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki. Competitive Profile Matrix sangat penting dilakukan oleh pelaku bisnis untuk menjadikan matriks tersebut sebuah alat manajemen strategis yang penting untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing utama dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan. Perangkat ini digunakan pada tahap masukan. Competitive Profile Matriks menunjukkan gambaran yang jelas tentang titik kuat dan titik lemah relatif perusahaan terhadap pesaing mereka.

Bagi lens Creative Rent Competitive Profile Matriks ini sangat membantu dalam mengukur dan menganalisa faktor faktor eksternal perusahaan khususnya kekuatan dan kelemahan para pesaing Lens creative Rent, Penilaian ini diukur berdasarkan faktor penentu keberhasilan, dimana setiap faktor yang diukur dalam skala yang sama untuk setiap perusahaan, namun dengan rating bervariasi sehingga memudahkan untuk dilakukan analisis komparatif. Dalam Competitive Profile Matriks, analisa dilakukan secara keseluruhan, baik itu faktor eksternal maupun faktor internal. berikut ini komponen yang menjadi menjadi faktor-faktor pengukuran keberhasilan di Matriks Pofil Kompetitif :

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 IBKKG.

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



1. Critical Success Factors

Critical Success Factors atau faktor penentu keberhasilan, merupakan faktor-faktor terpenting yang mempengaruhi keberhasilan organisasi. Faktor-faktor tersebut digambarkan secara luas tanpa memasukkan data yang spesifik dan faktual. Faktor-faktor tersebut diambil setelah dilakukan analisis yang mendalam mengenai kondisi eksternal dan lingkungan internal perusahaan. Ini dilakukan karena dalam lingkungan eksternal dan internal, banyak faktor yang secara nyata memberikan dampak baik dan buruk bagi perusahaan. Critical Success Factors yang memiliki peringkat lebih tinggi dibanding pesaingnya menunjukkan bahwa strategi perusahaan terhadap faktor-faktor penentu keberhasilan tersebut telah berhasil dengan baik,

2. Rating

Rating atau peringkat dalam Competitive Profile Matriks menunjukkan tanggapan atau respons perusahaan terhadap faktor-faktor penentu keberhasilan. Rating tertinggi menunjukkan bahwa perusahaan dengan baik mampu merespons faktor penentu keberhasilan dan hal ini menunjukkan kekuatan utama perusahaan. Kisaran peringkat diberikan antara 1,0 – 4,0 dan dapat diterapkan pada setiap faktor. Ada beberapa poin penting yang terkait dengan pemberian rating di CPM, antara lain:

- a) Rating akan diterapkan ke setiap critical success factor.
- b) Respon perusahaan yang kurang terhadap critical success factor diwakili oleh peringkat (1), Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kelemahan utama perusahaan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



- c) Respon rata-rata terhadap critical success factor diwakili oleh peringkat (2). Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kelemahan minor perusahaan.
- d) Respon diatas rata-rata terhadap critical success factor diwakili oleh peringkat (3). Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kekuatan minor perusahaan.
- e) Respon perusahaan yang superior terhadap critical success factor diwakili oleh peringkat (4). Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kekuatan utama perusahaan.

3. Weight (bobot atau Nilai Tertimbang)

Komponen bobot di CPM menunjukkan kepentingan relative dari factor kesuksesan di dalam industry perusahaan. Bobot berkisar dari 0,0 (yang berarti tidak penting) dan 1,0 (berarti penting), jumlah semua bobot yang dihitung atau total dari seluruh factor yang ada harus sama dengan 1,0 atau 100% jika total perhitungan bukanlah 1,0 berarti ada kesalahan dalam meletakkan bobot.

4. Total Weighted Score (Jumlah Nilai Tertimbang)

Jumlah semua nilai tertimbang adalah sama dengan total nilai tertimbang. Nilai akhir dari jumlah nilai tertimbang harus berada di antara rentang 1.0 (rendah) untuk 4.0 (tinggi). Rata-rata total nilai tertimbang untuk CPM adalah 2,5, dimana setiap perusahaan dengan total nilai tertimbang berada di bawah 2,5 dapat dikatakan dalam posisi yang lemah. Perusahaan dengan total nilai tertimbang lebih tinggi adalah 2,5 maka dianggap memiliki posisi yang kuat.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Dimensi lain dalam CPM adalah perusahaan dengan jumlah nilai tertimbang yang paling tinggi dianggap sebagai pemenang di antara para pesaing, berikut adalah analisis Competitive profile matriks Lens Creative Rent :

Tabel 3.3

CPM (Competitive Profile Matrix)

Critical Success Factor	Weight	Lens creative Rent		Suwirto rental kamera Dslr		AROM Rental Kamera Sajira	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga	0.30	3.00	0.90	3.00	0.90	3.00	0.90
Pelayanan	0.25	3.00	0.75	3.00	0.75	3.00	0.75
Citra merk	0.20	2.00	0.40	3.00	0.60	4.00	0.80
Iklan (promosi)	0.15	3.00	0.45	1.00	0.15	1.00	0.15
Lokasi	0.10	3.00	0.20	1.00	0.10	2.00	0.20
Total	1.00	2.80		2.50		2.80	

Sumber : Pengamatan Penulis

Tabel Competitive Profile Matrix (CPM) diatas terdiri dari critical success factor, weight, rating dan score. Dimana critical success factor adalah kriteria factor yang menunjang berhasil atau tidaknya sebuah bisnis. Weight adalah bobot dari masing masing factor sukses suatu bisnis, bobot ini harus berjumlah 1 (satu) atau 100%. Nilai tinggi bobot di artikan bahwa factor tersebut lebih besar pengaruh nya dari pada factor lainnya, rating ditujukan dari nilai 1 sampai 4 dimana nilai 4 adalah nilai yang paling tinggi atau baik dan 1 merupakan paling



rendah atau buruk. Score adalah hasil perkalian dari bobot dikali dengan rating. Jumlah score yang paling besar menunjukkan bahwa perusahaan dinilai cukup baik dimata konsumen.

Berikut ini merupakan penjelasan mengenai Lens Creative Rent dan para pesaingnya berdasarkan CPM diatas

a. Harga

Harga merupakan salah satu factor terpenting dan yang utama yang dilihat oleh customer saat memilih tempat penyewaan alat fotografi khususnya kamera, pentingnya harga sewa dapat dilihat dari bobot dalam tabel CPM di atas yaitu 0,30 sehingga dapat dikatakan harga merupakan Faktor paling penting dalam sudut pandang customer. Untuk Lens Creative Rent mendapat rating 3 (tiga) di karenakan harga sewa Lens creative Rent yang relative tinggi karena menyesuaikan kualitas peralatan yang disewakan. Sedangkan untuk Suwirto rental kamera Dslr mendapat nilai yang sama dengan Rent creative Rent yaitu 3 (tiga), dikarenakan penetapan harga sewa kamera relatif sama namun yang membedakan dari keduanya adalah kualitas dari peralatan yang disewakan, peralatan Suwirto cenderung menggunakan peralatan yang sudah lama dan tidak melakukan peremajaan peralatan secara berkala. Dan untuk AROM Rental Kamera Sajira mendapatkan Rating 2 (Dua) artinya AROM Rental Kamera Sajira menetapkan harga sewa yang Lebih mahal di banding Lens Creative Rent dan Suwirto Rental Kamera Dslr dikarenakan kelengkapan peralatan yang disewakan lumayan lengkap dan Citra perusahaan yang di kenal di kalangan Fotographer setempat, namun beberapa kekurangannya sama seperti pesaingnya yaitu Suwirto Rental Kamera Dslr peralatan yang mulai usang dan tua sertatidak melakukan peremajaan peralatan secara berkala.

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.





b. Pelayanan

Pelayanan merupakan salah-satu faktor penting yang mempengaruhi kesuksesan sebuah bisnis khususnya bisnis yang bergerak di bidang jasa, faktor pelayanan inilah yang dilihat kedua setelah harga oleh customer dijasa sewa peralatan fotografi, untuk Lens Creative Rent Faktor pelayanan ini mendapat rating 3 (Tiga), rating ini dilihat dari keramahan karyawan, keamanan privasi identitas yang dititipkan, kelengkapan peralatan namun kelemahannya di waktu pelayanan langsung yang terbatas. Sedangkan untuk kedua pesaing Lens Creative Rent yaitu : AROM Rental Kamera Sajira dan Suwirto Rental kamera Dslr mendapat nilai yang sama dengan Lens Creative Rent yaitu 3 (Tiga) dilihat dari faktor ketersediaan pelayanan hingga 24 jam dan lemah di ketersediaan peralatan dan rumitnya persyaratan sewa.

c. Citra Merk

Membangun citra merk tidaklah mudah, di butuhkan strategi yang tepat dan waktu yang cukup panjang untuk mendapatkan citra merk yang bagus, citra merk berhubungan erat dengan tingkat kepercayaan konsumen baru maupun loyalitas konsumen lama, oleh karena itu citra merk menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kesuksesan suatu bisnis nantinya. Untuk salah-satu pesaing Lens creative Rent yaitu AROM Rental Kamera Sajira mendapat Rating 4 (Empat) yaitu nilai paling tinggi di karenakan Usaha ini telah berdiri cukup lama dan mempunyai konsumen yang cukup loyal di daerah tempat bisnis itu berdiri, sedangkan untuk Suwirto Rental kamera Dslr mendapat nilai 3 (Tiga) di pengaruhi oleh kepuasan pelanggan yang rendah dapat di lihat dengan ketiadaan peralatan yang menunjang dikarenakan Suwirto Rental kamera Dslr hanya fokus pada kamera Dslr saja. Pemasaran yang kurang baik serta pemilihan lokasi yang tidak strategis

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.

menjadi faktor Suwirto Rental kamera Dslr kurang dikenal dikalangan fotografer melainkan pada masyarakat yang ingin belajar fotografi khususnya anak anak muda. Sedangkan Untuk lens Creative Rent mendapat nilai 2 (Dua) terendah di antara dua pesaingnya dikarenakan Baru berdiri dan merintis dan masih butuh proses untuk mendapatkan citra merk yang bagus di mata konsumen.

d. Iklan (promosi)

Iklan dan promosi menjadi salah satu faktor kesuksesan suatu bisnis dimana sebuah perusahaan berusaha menarik perhatian konsumen dengan memperkenalkan produk dan jasa mereka dengan cara yang menarik, iklan ini dapat sangat berpengaruh pada penjualan dan pendapatan perusahaan. Oleh karena itu pemilihan media iklan yang baik dan efektif menjadi hal yang harus di perhatikan perusahaan dalam mempromosikan produk dan jasa mereka, untuk Lens Creative Rent dalam tabel CPM di atas mendapatkan Rating paling tinggi yaitu 3 (Tiga) dibandingkan dengan kedua pesaingnya yang hanya mendapat Rating 1 (satu), hal ini di pengaruhi baru berdirinya Lens Creative Rent dimana masih melakukan promosi dengan tujuan menarik lebih banyak konsumen dan dapat mencapai target pasar, kegiatan promosi ini dilakukan di beberapa media sosial seperti Instagram, facebook, dan youtube dengan media para influencer setempat dan menggunakan Website perusahan dimana informasi mengenai perusahaan, layanan, produk yang ditawarkan dan informasi lainnya tersedia di sini, Faktor ini menjadi salah satu keunggulan Lens Creative Rent dbandingkan dengan kedua pesaingnya yang hanya melakukan promosi di akun media sosial serta tidak mempunyai Website perusahaan.

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 IBKKG.

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





e. Lokasi

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan melakukan pelayanan secara fisik, lokasi ini menjadi salah satu faktor penting untuk menunjang kesuksesan perusahaan kedepannya, pemilihan lokasi yang strategis dapat membantu perusahaan dalam mencapai target pasar mereka, Lens Creative Rent mendapatkan rating paling tinggi yaitu 3 (Tiga) di bandingkan dengan kedua pesaingnya dikarenakan pemilihan lokasi yang strategis dimana berada di pusat kota yaitu JL muara ci ujung , Alun-alun Lebak banten dan lebih dekat dengan target pasarnya yaitu para fotografer, konten creator dan komunitas fotografi lainnya, sedangkan Arom Rental Kamera sajira medapat Rating 2 (dua) dikarenakan pemilihan tempat usaha yang kurang strategis dan lumayan jauh dari pusat kota dan target pasarnya. Dan Suwirto Rental Kamera Dslr mendapatkan nilai yang paling rendah karena tempat usaha yang sangat jauh dari target pasarnya dan berada di daerah yang sangat terpencil dikabupaten lebak,

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT adalah metode analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik lingkungan eksternal dan internal untuk suatu tujuan bisnis tertentu. SWOT merupakan akronim dari kata: kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu bisnis. Metode ini dibuat pada 1960-an oleh Albert Humphrey dari Stanford Research Institute, selama penelitian yang dilakukan untuk mengidentifikasi mengapa perencanaan perusahaan gagal secara konsisten. Sejak dibuat, SWOT telah menjadi salah satu alat paling berguna bagi pemilik bisnis untuk memulai dan menumbuhkan perusahaan mereka, Strength

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 IBKKG.

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

4. Ancaman (threat)

Ⓒ Ancaman (threat) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

5. Strategi - Strategi

- a. Strategi S-O, strategi ini dibuat berdasarkan keinginan rencana perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi S-T, strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi W-O, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi W-T, strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman



Tabel 3.4

Analisis SWOT

	Strength (kekuatan)	Weakness (kelemahan)
<p>Opportunities (Peluang)</p> <p>1. Dengan adanya pandemi banyak sekali acara-acara resmi, seperti Wisuda, perpisahan sekolah dll di lakukan secara online atau virtual, hal ini mendorong para siswa untuk mengabadkan moment tersebut sendiri sehingga penyewaan kamera menjadi alternative bagus untuk di ambil.</p>	<p>S-O Strategies</p> <p>1. Melakukan promosi secara berkala dan tepat sasaran dengan bertujuan mencapai target pasar.</p> <p>2. Menjalिन kerja sama dengan photographer freelancer atau tim dalam pengadaan alat penunjang jasa mereka.</p> <p>3. Dengan berdirinya lokasi usaha yang strategis memungkinkan pelanggan memilih jasa kami.</p>	<p>W-O Strategies</p> <p>1. Melakukan pendekatan kerja sama dengan berbagai komunitas fotografi dan photographer setempat dengan tujuan promosi</p> <p>2. Mengikuti kegiatan hunting dan beberapa pameran dengan tujuan membangun citra merk yang baik.</p> <p>3. Melakukan survey pasar dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat khususnya yang berkaitan dengan</p>

MATRIX SWOT

© 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 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.





<p>2. Potensi pasar yang cukup menjajikan di daerah setempat</p> <p>3. Dengan adanya media social dan sebagainya menjadi mudah untuk mengiklankan jasa kami sehingga dapat lebih cepat di kenal konsumen</p>	<p>4. Memberikan potongan harga terhadap konsumen yang menyewa alat lebih dari 3 item.</p>	<p>kegiatan fotografi dan videografi. Dengan tujuan mengetahui permintaan dan kebutuhan pasar.</p>
<p>Threat (Ancaman)</p> <p>1. Muncul nya pesaing baru dengan jasa sejenis.</p> <p>2. Loyalitas konsumen terhadap pesaing lama yang cukup kuat</p> <p>3. Perubahan Kebijakan dan peraturan pemerintah yang sering yang dapat menghambat proses bisnis.</p>	<p>S-T Strategies</p> <p>1. Meningkatkan pelayanan dengan peremajaan peralatan yang disewakan, untuk menjaga loyatlitas konsumen</p> <p>2. Melakukan Promosi secara berkala untuk mendapatkan perhatian konsumen yang loyal terhadap pesaing, seperti potongan harga,</p> <p>3. Menetapkan harga sesuai denga daya beli konsumen.</p>	<p>W-T Strategies</p> <p>1. Melakukan promosi dengan potongan harga agar menarik perhatian konsumen</p> <p>2. Melakukan analisis terhadap pesaing guna mengetahui kekuatan dan kelemahan dari pesaing.</p> <p>3. Merubah sistem kerja bila diperlukan demi memenangkan persaingan.</p>

Sumber: Lens Creative Rent

- 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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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