



BAB II

ANALISIS INDUSTRI

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A Gambaran Masa Depan

Gambaran masa depan mempengaruhi secara langsung kegiatan masa depan suatu usaha dan juga dapat menentukan kelangsungan usaha yang akan dijalankan. Banyak kecenderungan-kecenderungan yang ditangkap dan dipahami sehingga dapat menanggapi perubahan yang terjadi. Kecenderungan-kecenderungan baru adalah trend yang bisa kita lihat dalam kehidupan sehari-hari dan hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat pertumbuhan industri.

Gambaran masa depan Toko “Sinar Cemerlang” adalah toko ini menawarkan berbagai macam bahan dan juga perlengkapan untuk membangun dan merenovasi bangunan. Toko ini tidak hanya menjual produknya saja, namun memperhatikan juga kepuasan pelanggan. Pelanggan dapat melakukan *return* barang yang sudah dibeli bilamana barang yang dibeli tidak sesuai dengan pesanan ataupun berlebih, tentunya hal ini membuat pelanggan tidak merasa takut ketika mereka melakukan pembelian. Sehingga diharapkan dengan memperhatikan kepuasan pelanggan, mereka dapat melakukan pembelian kembali di masa yang akan datang.

Dengan dibukanya toko “Sinar Cemerlang” ini maka akan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar yang berpendidikan rendah. Karena

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.



karyawan yang dipekerjakan tidak terlalu memerlukan keterampilan khusus. Sebuah perusahaan yang ingin berkembang ke depannya sangat penting untuk memperhatikan karyawan yang akan dipekerjakan, karena karyawan adalah orang yang secara langsung berinteraksi dengan pelanggan. Karyawan dapat dikatakan sebagai salah satu ujung tombak suatu perusahaan, karena sebagai orang paling pertama yang berinteraksi dengan pelanggan.

Visi dari “Sinar Cemerlang” adalah menjadi salah satu toko penyedia bahan bangunan terkemuka di Bekasi Timur.

Misi dari “Sinar Cemerlang” adalah tempat untuk berbelanja bahan bangunan yang nyaman dan ramah terhadap pelanggan dengan kualitas produk yang terjamin dan juga harga yang bersaing di dalam industri.

B. Analisis Pesaing

Persaingan adalah unsur yang tidak dapat dihindari dari sebuah bisnis, biasanya disebut kompetitor. Kompetitor adalah perusahaan yang menjual barang atau jasa yang sejenis dengan perusahaan kita. Kompetisi dengan para kompetitor tidak dapat dihindari dalam sebuah bisnis. Karena dengan adanya persaingan hal ini tentunya akan membuat perusahaan menjadi lebih baik dan juga membuat pelanggan memiliki banyak pilihan alternatif di pasaran.

Demi memperoleh informasi mengenai pesaing, pemilik bisa mendapatkan informasi dengan bertanya kepada pembeli pesaing, mengamati pesaing, atau pun mencoba melakukan pembelian barang dari pesaing secara langsung untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



mengetahui apa yang dilakukan oleh pesaing dan juga untuk mengetahui harga dan kualitas yang ditawarkan oleh pesaing.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Toko bahan bangunan saat ini terdiri dari dua jenis yaitu toko bahan bangunan konvensional dan toko bahan bangunan modern. Toko bahan bangunan konvensional adalah toko bahan bangunan yang masih menggunakan cara-cara lama untuk menerima pesanan, menerima pembayaran, dan mengecek persediaan. Toko bahan bangunan modern adalah perusahaan yang sering disebut swalayan bahan bangunan.

“Sinar Cemerlang” akan masuk ke dalam segmen toko bahan bangunan konvensional. Pesaing-pesaing yang ada di sekitarnya adalah toko bahan bangunan konvensional. Tetapi, bukan berarti “Sinar Cemerlang” akan menggunakan semua cara-cara yang lama dalam bersaing dengan toko konvensional yang sudah ada lebih lama. Toko ini akan mencoba beberapa pendekatan cara yang *modern* agar mampu bersaing. Toko bahan bangunan yang akan menjadi pesaing utama, antara lain :

1. Toko Indohero

Menurut informasi yang didapatkan oleh penulis, toko ini sudah berdiri lebih dahulu dibandingkan yang lainnya, barang yang dimiliki lengkap dan memiliki tempat yang cukup luas. Letak toko ini berada sekitar 1,5 kilometer dari toko “Sinar Cemerlang”.

2. Toko Laris

Menurut informasi yang diperoleh penulis, toko ini sudah berdiri kurang lebih 7 tahun. Toko ini memiliki lahan yang luas untuk

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

usahanya. Letak toko ini sekitar 1 kilometer dari toko “Sinar Cemerlang”.

3. Toko Benteng Gading

Toko ini terletak di Perumahan Mutiara Gading sekitar 1 kilometer dari toko “Sinar Cemerlang”, karena perumahan ini sedang berkembang dan banyak yang memerlukan bahan-bahan bangunan. Letaknya yang dekat dengan pelanggan sehingga menguntungkan toko ini.

Tabel 2.1

Tabel Analisis CPM (Company Profil Matrix)

Faktor Kunci Keberhasilan	Bobot	Sinar Cemerlang		Indohero		Laris		Benteng Gading	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Lokasi usaha	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Harga bersaing	0,2	4	0,8	4	0,8	2	0,4	3	0,6
Ketersediaan produk	0,15	4	0,6	3	0,45	3	0,45	2	0,3
Pengiriman produk	0,1	4	0,4	2	0,2	3	0,3	4	0,4
Loyalitas pelanggan	0,1	1	0,1	2	0,2	3	0,3	3	0,3
Reputasi	0,15	1	0,15	3	0,45	3	0,45	2	0,3
Pelayanan	0,1	3	0,3	3	0,3	4	0,4	2	0,2
Management	0,1	3	0,3	2	0,2	2	0,2	2	0,2
	1		2,95		2,9		2,8		2,6

1. Lokasi usaha

Lokasi menentukan perkembangan sebuah usaha karena menentukan mudahnya pelanggan untuk mencapai lokasi tempat bisnis didirikan. Sebaiknya pendirian lokasi usaha berada di tempat yang strategis, ramai, dan sering dilalui oleh orang sehingga ada kemungkinan bagi orang untuk

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.

mengenal toko kita karena sangat penting untuk perkembangan bisnis kedepannya.

Harga bersaing

Harga yang ditawarkan biasanya harus disesuaikan dengan target pasar yang akan dituju dan juga harus disesuaikan dengan kemampuan daya beli masyarakat sekitar, sehingga harga yang ditawarkan oleh toko mampu dijangkau oleh pelanggan. Penting untuk tidak mengurangi kualitas ataupun kuantitas produk walaupun dengan memberikan harga yang murah.

Ketersediaan barang

Produk yang dijual kepada pelanggan haruslah barang-barang yang bagus dan meminimalkan penjualan barang-barang cacat kepada pelanggan. “Sinar Cemerlang” akan terus berupaya untuk memenuhi semua jenis bahan bangunan yang akan dicari oleh pelanggan dan juga mengikuti tren barang yang digunakan untuk bahan bangunan dan juga hal yang paling penting adalah menjaga barang persediaan agar tetap tersedia di toko, sehingga pelanggan tidak akan berpindah kepada toko lain ketika akan membeli barang bahan bangunan.

Pengiriman produk

Pengiriman produk merupakan hal yang penting karena berkaitan dengan ketepatan waktu pengiriman dan juga berkaitan dengan kepastian barang yang sampai di tangan konsumen adalah tepat dan tidak cacat.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

4. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





5. Loyalitas pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang harus dibangun dengan sesegera mungkin, karena pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi kemajuan sebuah perusahaan. Loyalitas pelanggan penting karena akan membuat mereka melakukan pembelian kembali ketika akan membutuhkan barang.

Reputasi

Reputasi dari sebuah perusahaan merupakan salah satu hal yang sangat penting karena berkaitan dengan persepsi masyarakat sekitar terhadap usaha kita, reputasi yang semakin baik akan membuat orang yang belum pernah membeli di toko akan mencoba mencari tahu tentang toko atau bahkan membeli barang di toko kita.

Pelayanan

Pelayanan yang ramah adalah hal yang penting untuk membuat pelanggan merasa nyaman melakukan pembelian di toko. Selain itu pelayanan berupa kemudahan dalam hal kemudahan pembayaran dan pemesanan barang melalui telepon juga dapat mempengaruhi pelanggan. “Sinar Cemerlang” juga akan memberikan pelayanan kepada pelanggan yang sudah membeli barang dan memiliki jumlah sisa yang banyak, maka bisa melakukan pengembalian barang asalkan barangnya tidak cacat.

Management

6. 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.



Management yang dimaksudkan adalah management yang mengatur Sumber Daya Manusia dan persediaan barang. Sumber daya manusia menyangkut bagaimana karyawan bekerja dan juga berinteraksi dengan pelanggan. Management persediaan penting karena menentukan barang-barang yang sedang laku di pasar dan tren yang ada dan juga untuk menentukan kapan waktu pemesanan yang baik untuk stok barang yang ada agar tidak sampai kehabisan di dalam gudang.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Kesimpulan dari analisis CPM jika dilihat dari variabel variabel yang telah disebutkan diatas maka “Sinar Cemerlang” memiliki nilai yang paling besar dan mampu bersaing di industri bahan bangunan dengan pesaing paling dekat adalah Indohero kemudian toko Laris dan terakhir adalah toko Benteng Gading.

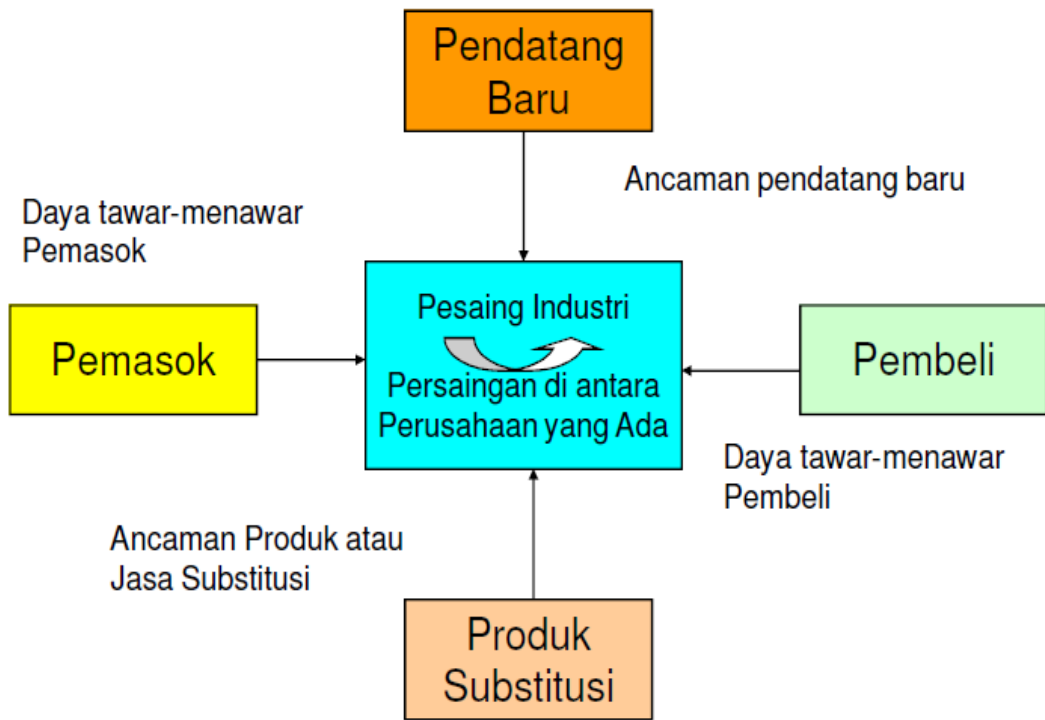
Menurut Fred R. David yang diadopsi dari Porter (2010:146) , hakikatnya di dalam suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan, dapat dilihat seperti gambar 2.1.

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



Gambar 2.1

5 Keunggulan Model Porter



Sumber : Fred R. David. *Manajemen Strategis Konsep*. Salemba 4. Buku 1. Edisi 12. Hal 146

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ancaman Pendatang Baru

Ancaman masuknya pendatang baru pada bisnis toko bahan bangunan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain :

Pertama, besarnya modal yang diperlukan untuk membuat usaha bisnis toko bangunan. Besarnya modal yang diperlukan untuk membuat sebuah toko bahan bangunan membuat tidak mudahnya semua orang untuk masuk ke dalam industri.

Kedua, kurangnya pengalaman pesaing di dalam industri. Hal ini juga menjadi salah satu hambatan yang cukup besar, karena pesaing yang baru

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.



yang akan bermain di industri ini akan kurang pengalamannya dibandingkan dengan pesaing yang sudah lebih lama bermain di industri bahan bangunan.

Ketiga, loyalitas pelanggan terhadap toko yang sudah ada. Hal ini menjadi penghambat yang cukup besar bagi pesaing yang akan baru masuk ke dalam industri bahan bangunan. Biasanya setiap pelanggan sudah memiliki toko yang menjadi langganannya ia ketika berbelanja, hal ini yang dapat menjadi salah satu hambatan untuk masuknya pesaing ke dalam industri.

“Sinar Cemerlang” sudah menyiapkan strategi-strategi bila munculnya pesaing baru di dalam industri di masa mendatang dengan memberikan harga yang bersaing dan juga menjaga kepuasan pelanggan sehingga pelanggan diharapkan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap toko “Sinar Cemerlang”.

Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Daya tawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan di dalam industri, khususnya ketika terdapat sejumlah besar pemasok, atau ketika hanya terdapat sedikit bahan mentah pengganti yang bagus, atau ketika biaya peralihan ke bahan mentah lain sangat tinggi. Akan menguntungkan kepentingan baik pemasok maupun produsen untuk saling membantu dengan harga yang masuk akal, kualitas yang baik, pengiriman tepat waktu, dan biaya persediaan yang lebih rendah, sehingga meningkatkan profitabilitas jangka panjang dari semua pihak yang berkepentingan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Kekuatan tawar menawar pemasok, dalam hal ini adalah distributor bahan-bahan bangunan, memiliki kekuatan tawar menawar yang rendah dikarenakan banyaknya distributor yang menawarkan barangnya. Hal ini dapat dilihat dari seringnya *salesman* yang menawarkan produk mereka ke toko-toko bahan bangunan. Ketika harga atau pelayanan satu distributor mengecewakan toko, maka dengan mudah toko dapat mencari distributor yang lainnya untuk barang yang sama. Terlebih ketika toko melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak, maka kekuatan tawar menawar pemasok juga akan semakin melemah.

Kekuatan Tawar Menawar Pembeli

Kekuatan tawar menawar pembeli biasanya semakin besar ketika pembeli melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak, merupakan pelanggan lama, mudahnya beralih kepada pesaing, serta mudahnya pelanggan untuk memperoleh informasi mengenai produk dan harga.

Dalam hal ini, kekuatan tawar menawar pembeli lebih besar karena banyaknya toko bahan bangunan yang ada di sekitar berdirinya toko “Sinar Cemerlang”, sehingga pembeli bisa memilih toko lain bila toko tidak mampu memenuhi kriteria harga yang diinginkan oleh pelanggan.

Ancaman Produk Substitusi

Tekanan kompetitif yang meningkat dari produk pengganti bertambah ketika harga relatif produk pengganti tersebut turun dan manakala biaya peralihan konsumen turun. Kekuatan kompetitif produk pesaing bisa diukur dengan penelitian terhadap pangsa pasar yang berhasil diraih produk itu.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. 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.



Ancaman dari produk pengganti adalah ancaman-ancaman yang mungkin timbul karena barang-barang tersebut tidak dijual di toko “Sinar Cemerlang”, misalnya besi ringan dan baja ringan. Produk-produk pengganti tersebut mungkin masih belum terlalu dikenal masyarakat sekitar sehingga “Sinar Cemerlang” memutuskan untuk tidak menjual barang-barang tersebut. Namun mungkin saja bahwa barang-barang tersebut nantinya bisa menjadi ancaman bagi barang-barang seperti kayu dan besi yang dijual oleh toko.

Persaingan di dalam Industri

Persaingan di dalam industri sangatlah hebat dari lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh perusahaan dapat berhasil hanya sejauh bila perusahaan mampu menghasilkan keunggulan kompetitif atas pesaing-pesaing yang ada. Perubahan strategi yang dijalankan oleh satu perusahaan bisa ditanggapi dengan strategi balasan oleh pesaing.

“Sinar Cemerlang” akan melakukan strategi dalam menetapkan harga kemudian akan menciptakan loyalitas konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan hingga pelanggan merasa puas berbelanja di toko hingga pada akhirnya akan tercipta loyalitas konsumen yang berakibat pelanggan akan melakukan pembelian kembali di toko.

Berdasarkan teori Fred R. David (2010:327) dalam menghadapi persaingan, perusahaan harus melakukan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Kekuatan/*Strength* dan Kelemahan/*Weakness* merupakan faktor-faktor

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



yang terdapat di dalam *internal* perusahaan sedangkan Peluang/ *Opportunity* dan Ancaman/*Thread* adalah faktor-faktor yang berada di lingkungan *eksternal* perusahaan, berikut merupakan analisis SWOT “Sinar Cemerlang”:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Kekuatan/*Strength*

1. Lokasi yang strategis

Lokasi berada di tengah-tengah sepanjang jalan Kota Legenda, Bekasi Timur. Lokasi toko ini juga berada di dekat perumahan Mutiara Gading Bekasi dan masih dalam tahap pengembangan perumahan karena masih memiliki lahan yang cukup banyak untuk membuat *cluster* di perumahan tersebut. Lokasi ini juga sering dilalui oleh kendaraan karena berada di jalan raya Kota Legenda. Kemudian, berada kurang lebih sekitar 3 kilometer dengan perumahan Grand Wisata yang merupakan perumahan mewah dan masih akan terus berkembang karena masih banyak lahan yang belum dibangun oleh *developer*. Tempat usaha didirikan juga dekat dengan Jalan Raya Kalimalang, sekitar 3 kilometer.

2. Lahan tempat usaha yang luas.

Luasnya lahan yang digunakan toko “Sinar Cemerlang” sebesar 1400 meter persegi sehingga membuat konsumen percaya bahwa barang-barang yang dijual lebih lengkap. Lokasi yang luas ini juga untuk membuat konsumen merasa nyaman berada di toko dan tidak perlu pusing memikirkan tempat parkir yang sempit.

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.



3. Harga yang bersaing

Harga yang diberikan oleh “Sinar Cemerlang” mampu bersaing dengan pesaing yang ada, harga yang murah dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian. Karena target pasar dari toko ini adalah untuk kalangan menengah maka harga menjadi salah satu hal yang sangat mungkin mendapat perhatian lebih dimata pelanggan, namun memberikan harga yang bersaing tidak dengan mengurangi kualitas barang yang ditawarkan.

Pengiriman produk

Pengiriman yang cepat menjadi salah satu upaya dari toko untuk mendapatkan perhatian dari pelanggan, hal ini bisa dilihat dengan persiapan mobil yang akan digunakan oleh toko untuk melakukan pengiriman, agar barang yang telah dibeli oleh pelanggan dapat dengan segera dikirim.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Kelemahan/Weakness

1. Belum memiliki reputasi yang baik

Karena masih baru dalam bisnis ini maka toko “Sinar Cemerlang” masih belum memiliki reputasi yang baik atau dikenal oleh masyarakat banyak oleh karena itu butuh waktu untuk membuat reputasi yang baik dimata pelanggan.

2. Merupakan pemain baru di industri bahan bangunan



Pemilik belum memiliki pengalaman secara langsung di industri bahan bangunan, namun bukan berarti pemilik sama sekali tidak paham dengan industri ini. Pemilik memiliki pengetahuan dan juga *networking* di bidang bahan bangunan, sehingga hal tersebut dapat membantu pemilik dalam mengembangkan usahanya.

Belum adanya loyalitas pelanggan

Karena toko masih pada tahap awal berdiri, maka loyalitas dari pelanggan masih belum ada. Loyalitas dari pelanggan menentukan pembelian kembali yang akan dilakukan oleh pelanggan, semakin besar loyalitas pelanggan, maka semakin baik untuk kelangsungan sebuah toko atau perusahaan.

Peluang/Opportunity

Masih berkembangnya perumahan di sekitar lokasi

Terdapat banyak perumahan disekitar lokasi tempat berdirinya tempat usaha, sehingga peluang yang ada akan semakin besar. Biasanya orang-orang akan melakukan renovasi rumah yang mereka sudah beli agar sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Terdapat banyak perumahan-perumahan di sekitar lokasi seperti, Mutiara Gading Bekasi, Dukuh Bima, Grand Wisata, Dukuh Zamrud. Kemudian masih ada lagi pedesaan-pedesaan di sekitar yang masih dalam tahap pembangunan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



2. Banyaknya toko bahan bangunan kecil

Toko kecil yang saya definisikan disini adalah toko-toko bahan bangunan yang hanya menjual bahan-bahan yang umum dibutuhkan saja oleh pelanggan, mereka tidak ingin menyimpan barang dalam jumlah besar dan tidak memiliki tempat untuk melakukan penyimpanan di tempat mereka karena keterbatasan tempat. Banyaknya toko-toko bahan bangunan yang kecil di sepanjang jalan sehingga ada peluang untuk menjadi agen bagi mereka, karena kebanyakan dari mereka tidak mau untuk menyimpan barang dalam jumlah banyak. Toko-toko kecil tersebut ada sekitar 3-4 toko kecil di dalam jarak sekitar 1 kilometer.

Perkembangan teknologi

Perkembangan teknologi begitu cepat dan nampaknya ada sebuah peluang dimana perkembangan ilmu teknologi diterapkan di dalam usaha ini, misalnya aplikasi yang dapat digunakan untuk membuat laporan persediaan barang dan juga untuk memberitahu barang mana yang perputaran di dalam toko yang paling cepat, sehingga jumlah barang yang disimpan di dalam toko tidak terlalu banyak untuk barang yang perputaran penjualannya lambat dan menyimpan dalam jumlah besar untuk barang yang perputaran penjualannya cepat.

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.



Ancaman/Thread

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Mudahnya pesaing untuk masuk kedalam bisnis

Dapat dilihat dari banyaknya jumlah toko yang ada, berarti sangat mudah bagi mereka yang ingin masuk kedalam bisnis bahan bangunan, yang dapat menyebabkan tingginya persaingan antar toko.

Persaingan yang tinggi di dalam bisnis

Karena disekitar lokasi banyak berdiri toko bahan bangunan, maka persaingan yang ada dalam bisnis ini cukup tinggi. Sehingga harus benar-benar dilakukan cara strategi penjualan yang baik untuk menghadapi persaingan yang ada. Persaingan untuk mendapatkan pelanggan bisa dalam penentuan harga, pelayanan yang diberikan, dan masih banyak lagi hal-hal yang harus dilakukan untuk memenangi persaingan yang tinggi tersebut.

Mudahnya pelanggan untuk beralih

Banyaknya toko yang sudah berdiri sehingga menyebabkan daya tawar yang dimiliki oleh pelanggan lebih besar karena mereka bisa saja dengan mudah membandingkan toko kita dengan pesaing yang ada dan menyebabkan mereka bisa saja beralih ke toko yang lain dengan mudah dikarenakan tidak adanya biaya untuk peralihan ketika pelanggan akan melakukan pembelian di toko lain.

Adanya toko spesialis besi dan spesialis kayu

Berdirinya toko besi yang berada sekitar 1 kilometer dari toko “Sinar Cemerlang”. Toko tersebut menjadi ancaman karena toko tersebut menjual

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.

spesialis besi maka harga yang ditawarkan bisa lebih murah. Karena toko tersebut membeli besi dalam jumlah yang banyak dari produsen maka mereka akan mendapatkan harga modal yang lebih murah daripada toko yang lain. Sama seperti toko besi yang menjual barang secara spesialis, maka toko kayu ini bisa menjadi ancaman karena mereka bisa mendapatkan harga modal yang lebih rendah, maka dapat menjual kepada konsumen akhir dengan harga yang lebih murah. Untuk itu toko “Sinar Cemerlang” harus bersaing harga bukan hanya dengan sesama toko bahan bangunan namun juga dengan toko yang menjual barang tertentu dengan spesifik tertentu.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Tabel 2.2

TOWS Matrix

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

	<i>Strengths – S</i>	<i>Weaknesses – W</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang strategis 2. Lahan usaha yang luas 3. Harga yang bersaing 4. Pengiriman barang cepat 5. Ketersediaan produk 6. Manajemen yang baik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum memiliki reputasi yang baik 2. Merupakan pemain baru di industri bahan bangunan 3. Masih rendahnya loyalitas pelanggan
<i>Opportunities – O</i>	<i>SO Strategies</i>	<i>WO Strategies</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Masih berkembangnya perumahan di sekitar lokasi 2. Banyaknya toko bahan bangunan kecil 3. Perkembangan teknologi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan persediaan dalam jumlah banyak dan menjadi agen untuk toko-toko kecil disekitarnya. (S2,S3,S5,O2) 2. Memberikan harga yang menarik bagi pelanggan yang membeli dalam jumlah banyak. (S3,O1) 3. Menggunakan teknologi untuk mengendalikan persediaan barang yang dijual.(S5,S6,O3) 4. Melakukan promosi yang lebih gencar karena masih banyak dilakukan pembangunan disekitar lokasi usaha.(S1,S6,O1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Langsung menawarkan kepada toko-toko kecil untuk membeli barang pada Sinar Central. (W1,O2) 2. Melakukan promosi dengan gencar dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan yang membeli. (W1,W2,W3,O1)
<i>Threats – T</i>	<i>ST Strategies</i>	<i>WT Strategies</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudahnya pesaing untuk masuk ke dalam bisnis 2. Persaingan yang tinggi di dalam bisnis 3. Mudahnya pelanggan untuk beralih 4. Adanya toko spesialis besi dan spesialis kayu 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu memberikan harga yang mendekati harga toko spesialis kayu dan besi tersebut untuk pelanggan yang membeli dalam jumlah besar. (S3,T3,T4) 2. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, diantaranya pengiriman barang yang cepat.(S4,T2,T3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilik langsung membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. (W1,W3,T1,T3) 2. Melakukan pendekatan yang baik kepada pelanggan, sehingga nantinya pelanggan tersebut dapat mempromosikan melalui mulut ke mulut. (W1,W3,T2,T3)

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. Segmentasi Pasar

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut David W. Cravens dan Nigel F. Piercy (2013:75), segmentasi pasar adalah menempatkan pembeli di pasar produk ke dalam sub kelompok sehingga anggota dari setiap segmen menampilkan respon yang mirip. Kemudian pembagian variabel-variabel segmentasi pasar yang berdasarkan karakteristik orang antara lain :

1. Variabel Geografis

Variabel Geografis adalah pembagian pasar menjadi unit geografis yang berbeda seperti negara, wilayah, negara bagian, daerah, kota, atau bahkan lingkungan sekitar.

2. Variabel Pendapatan

Variabel Demografis adalah membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan pendapatan yang diperoleh, bisa berdasarkan pendapatan yang rendah yaitu kelas bawah, kelas menengah, ataupun kelas atas.

3. Variabel Umur, Jenis Kelamin, Ras

Variabel Psikografis adalah membagi pembeli menjadi kelompok berdasarkan umur tertentu misalnya umur 0-5 tahun atau 10-15 tahun. Bisa juga membagi pembeli berdasarkan jenis kelamin pria atau perempuan. Pembagian juga bisa dilakukan untuk menentukan pembeli berdasarkan ras/suku tertentu.

4. Variabel Perilaku

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.



Variabel Perilaku adalah membagi pembeli menjadi kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, atau respons terhadap sebuah produk.

Variabel Tahap Siklus Hidup

Variabel ini membagi kelompok pembeli berdasarkan ukuran dari siklus hidup, misalkan pembagian suatu produk untuk balita, anak-anak, remaja, dan orang dewasa.

Segmentasi pasar yang dilakukan toko “Sinar Cemerlang” adalah segmentasi berdasarkan variabel geografis dan juga variabel pendapatan. Berdasarkan segmentasi geografis, toko “Sinar Cemerlang” membagi pasar berdasarkan wilayah dan menentukan wilayah yang akan digunakan untuk usaha adalah wilayah Bekasi Timur. Untuk segmentasi pendapatan toko “Sinar Cemerlang” akan menargetkan orang-orang yang berpenghasilan menengah dan menengah kebawah.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D.

Ramalan Industri dan Pasar

Tujuan melakukan ramalan industri adalah untuk memperkirakan permintaan terhadap suatu jasa atau barang pada masa yang akan datang dengan memperhitungkan apa yang mungkin dilakukan oleh konsumen dimasa yang akan datang.

Ramalan Industri dan pasar dari usaha penjualan bahan bangunan akan tumbuh dengan baik, seiring dengan padatnya kota Jakarta maka akan banyak orang yang pindah ke daerah-daerah yang dekat dengan kota Jakarta, salah satunya adalah Bekasi. Bekasi saat ini menjadi pusat perhatian para investor, salah satu contohnya akan dibangunnya 6 mall di daerah Bekasi yang akan beroperasi mulai

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.



tahun 2013, antara lain Bekasi Junction, Grand Galaxy City Mall, Citra Grand Mall Extension, Mall Harapan Indah, Summarecon Mall Bekasi, Grand Metropolitan

Mall. http://finance.detik.com/read/2013/03/11/104820/2191049/1016/yuk_belanja-bekasi-kedatangan-6-mal-baru-di-2013 (diakses 5 April 2013).

Belum lagi dengan akan hadirnya monorel di Kota Bekasi yang akan membuat properti di sekitar kota Bekasi akan mengalami peningkatan, hal ini juga akan berdampak banyaknya orang yang akan mendirikan bangunan di kota Bekasi, bisa sebagai investasi ataupun sebagai tempat tinggal mereka.

Tabel 2.3
Luas Wilayah dan Banyaknya Kelurahan menurut Kecamatan tahun 2011

Kecamatan	Luas (Ha)	Persentase (%)	Kelurahan
Pondokgede	1.629	7,74	5
Jatisampurna	1.449	6,88	5
Pondok Melati	1.857	8,82	4
Jatiasih	2.200	10,45	6
Bantargebang	1.704	8,10	4
Mustika Jaya	2.473	11,75	4
Bekasi Timur	1.349	6,41	4
Rawalumbu	1.567	7,44	4
Bekasi Selatan	1.496	7,11	5
Bekasi Barat	1.889	8,97	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Medansatria	1.471	6,99	4
Bekasi Utara	1.965	9,33	6

Sumber/Source : BPS Kota Bekasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Potensi pasar dari toko “Sinar Cemerlang” baik, bilamana mampu menyaingi toko-toko bahan bangunan yang sudah terlebih dulu berdiri. Rata-rata toko bangunan yang sudah berdiri tersebut mengalami peningkatan, dapat dilihat dengan bertambahnya mobil yang digunakan untuk pengiriman barang dan juga penambahan karyawan yang dipekerjakan. Dengan masih berkembangnya kota Bekasi, maka akan semakin besar potensi dari bisnis bahan bangunan ini. Dapat dilihat bahwa luas wilayah Kecamatan Mustika Jaya dari tempat akan berdirinya “Sinar Cemerlang”, terdapat wilayah yang cukup luas dan masih banyak yang belum dibangun dari luas wilayah tersebut. Hal ini berarti potensi akan peluang dari bisnis bahan bangunan yang bertujuan untuk menyediakan bahan-bahan untuk pendirian sebuah bangunan akan semakin bagus untuk kedepannya jika “Sinar Cemerlang” mampu bersaing di pasar dan menciptakan *image* baik di mata masyarakat sekitar.

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.