



BAB II

ANALISIS INDUSTRI

A. Gambaran Masa Depan, Visi dan Misi

Dengan menganalisis suatu industri, gambaran masa depan suatu bisnis dapat diperkirakan dan diprediksikan perkembangan suatu industri dan posisi persaingan perusahaan diantara pesaing dalam industri tertentu. Posisi persaingan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kondisi perusahaan dan kemampuannya dalam menanggapi perkembangan lingkungan eksternal. Kondisi perusahaan dan perkembangan lingkungan memiliki sifat saling ketergantungan satu sama lain. Ancaman lingkungan terjadi karena perusahaan tidak mampu mengatasinya dengan kekuatan internal yang dimiliki. Sebaliknya kekuatan yang dimiliki perusahaan dapat dimanfaatkan untuk menanggapi peluang dari lingkungan.

Kondisi terkini bisnis properti di Indonesia sedang meningkat pesat, pembangunan seperti ruko-ruko dan perumahan semakin meningkat di tahun 2015 ini. Banyaknya gedung perkantoran, mall dan perumahan serta bangunan lainnya menjadi bukti bahwa memang ada pangsa pasar yang cukup besar bagi bisnis ini. Seperti yang di kutip dalam sebuah artikel berikut :



“Salah satu *booming* investasi yang berkembang pesat di Indonesia saat ini adalah investasi di sektor properti. Menurut Ketua Umum Dewan Pengurus Pusat Real Estate Indonesia (REI) Setyo Maharso dalam pembukaan pameran properti REI Expo 2015, Sabtu (4/5/2013), di Jakarta, Indonesia masih menjadi negara tujuan untuk investasi di bidang properti”.

<https://reiylbs.wordpress.com/2015/05/08/prospek-indonesia-menjadi-tujuan-utama-investasi-properti-di-dunia/>

“Melambatnya pertumbuhan sektor properti tahun 2014, diprediksi tak akan berlanjut pada tahun 2015 mendatang. Hal ini dimungkinkan dengan asumsi pertumbuhan ekonomi meningkat, tingkat permintaan menguat, dan iklim investasi yang positif. Head of Research Savills PCI, Anton Sitorus, mengutarakan pendapatnya terkait prospek bisnis dan industri properti tahun 2015 mendatang kepada *Kompas*. ”

"Pertumbuhan properti tahun ini yang hanya mencapai 10 persen hingga 12 persen, memang sudah diprediksi. Terlebih gejala awalnya terjadi sejak kuartal kedua 2013. Pasar tidak kaget lagi. Jadi, tahun depan, sektor properti akan kembali bergerak naik dengan pertumbuhan sekitar 20 persen," ujar Anton.

<http://properti.kompas.com/read/2014/12/31/180223821/Setelah.Tahun.Ini.Melambat.Bisnis.Properti.2015.Bakal.Meningkat>

Saat ini daerah potensial untuk membangun bisnis perumahan tidak lagi hanya di daerah-daerah besar di Jakarta, melainkan daerah pinggiran Jakarta seperti Ciputat, Cikarang, Cibubur, Bekasi, dan sebagainya menjadi sasaran para *developer* untuk



mengembangkan bisnisnya. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Ali Tranghanda, Direktur *Indonesia Property Watch*, yang mengatakan bahwa untuk wilayah di sekitar Jakarta, Tangerang masih menjadi daerah yang paling menarik untuk berinvestasi properti. Kenaikannya sampai 50%-60% di titik-titik utama. Wilayah sekitar Jakarta lainnya, yakni Kota Bogor, Cikarang, dan Bekasi, menurutnya, juga merupakan lokasi yang menarik untuk membenamkan dana di bidang investasi properti (Arinsa Garnetta, 2012).

Peluang usaha properti tidak hanya berfokus pada membeli dan menjual rumah saja. Bisnis yang mendukung kebutuhan properti seperti bisnis bahan bangunan juga menjadi suatu peluang bisnis yang memiliki pangsa pasar yang cukup besar karena selama masih ada pembangunan rumah, kantor, sekolah, serta gedung lainnya, bahan-bahan bangunan akan terus diperlukan pasar. Akan tetapi banyaknya jumlah pengusaha dalam bidang bahan bangunan menuntut para pengusaha baru yang ingin terjun dalam usaha sejenis harus melakukan inovasi terhadap usahanya untuk menghindari kejenuhan masyarakat, maka didirikanlah bisnis SpadeHomeCenter yang khusus menjual keperluan-keperluan bahan bangunan.

Perbedaan usaha SpadeHomeCenter dengan bisnis bahan bangunan lainnya adalah SpadeHomeCenter menjual bahan bangunan dengan konsep *one stop shopping* dimana semua kebutuhan bahan bangunan mulai dari *sanitary, building material, home appliance*, dan keperluan lainnya ada di SpadeHomeCenter. Bisnis SpadeHomeCenter memberikan kenyamanan dan pengalaman yang berbeda dalam berbelanja bangunan, dengan fasilitas AC yang sejuk dan karyawan yang sudah diberikan training



tentang bahan bangunan agar dapat membantu para pembeli dalam mencari kebutuhan bahan bangunannya.

Alasan SpadeHomeCenter didirikan adalah karena sudah banyak toko-toko bahan bangunan di Cikarang yang menjual pasir, semen, keramik namun masih jarang ditemukan supermarket bahan bangunan yang menjual pasir, semen, dan keperluan bangunan lainnya dengan harga yang terjangkau dengan fasilitas kenyamanan berbelanja seperti supermarket, maka didirikanlah SpadeHomeCenter yang menjual barang-barang bangunan seperti pasir, semen dan keperluan bangunan lainnya dengan memberikan fasilitas seperti supermarket yang berAC dan dengan karyawan yang ramah serta dapat membantu mencari solusi untuk keperluan bangunan rumah tangga.

Saat ini industri properti sedang sangat berkembang di daerah Cikarang, tingginya pertumbuhan penduduk membuat para developer untuk terus membangun perumahan-perumahan dan perkantoran di daerah Cikarang. Hal tersebut berdampak baik pada bisnis bahan bangunan seperti beberapa toko bangunan yang sukses di daerah Cikarang seperti toko Mitra makmur dan juga pratama bangunan, hal ini memberikan inspirasi untuk mengambil peluang yang ada pada bisnis bahan bangunan di kota Cikarang.

Pernyataan visi digunakan untuk menjawab pertanyaan kita ingin menjadi seperti apa. Menurut Fred R. David, 2011, Tj. : 82), pernyataan visi yang jelas menjadi dasar bagi pengembangan pernyataan visi yang komprehensif. Pernyataan visi haruslah singkat, diharapkan satu kalimat, dan sebanyak mungkin manajer diminta masukannya dalam proses pengembangan. Visi dari SpadeHomeCenter adalah menjadi salah satu penyedia



bahan bangunan yang dipercaya masyarakat Cikarang dan memberikan layanan berkualitas menggunakan keramahan Indonesia.

Jadi, secara umum pernyataan misi menggambarkan arah masa depan suatu organisasi.

Misi dari SpadeHomeCenter adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan bahan-bahan bangunan yang berkualitas
2. Memberikan harga yang kompetitif.
3. Memberikan layanan yang berorientasi pada kepuasan konsumen
4. Menjadi pilihan utama dalam menyediakan berbagai macam perlengkapan bahan bangunan yang berkualitas.

Setelah berjalannya usaha, kontrak kerja dengan pemasok juga akan diperbaharui supaya pasokan barang dagangan tidak kehilangan kualitas dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Bisnis usaha SpadeHomeCenter akan mencari pemasok tambahan yang memiliki kualitas sebanding dengan pemasok pertama.

Untuk meningkatkan loyalitas dan menjaga hubungan yang baik dengan konsumen, SpadeHomeCenter akan memberikan *souvenir* berupa kaos, sarung, kalender, dan *souvenir* lainnya di mana *souvenir-souvenir* tersebut diperoleh dari pemasok.

B. Analisis Lingkungan Makro

Dalam mendirikan suatu bisnis terdapat Lima aspek yang harus diperhatikan, yakni lingkungan alam, lingkungan ekonomi, lingkungan sosial-budaya, lingkungan teknologi,



lingkungan politik-hukum. SpadeHomeCenter sangat perlu mengetahui tentang lingkungan makro secara *up to date* :

1. Faktor Ekonomi

Daya beli masyarakat tergantung pada penghasilan, harga, tabungan, utang, dan ketersediaan kredit saat ini. Tren yang mempengaruhi daya beli harus di perhatikan karena hal tersebut dapat memberikan pengaruh pada bisnis. Namun bukan hanya daya beli masyarakat saja yang harus diperhatikan, pertumbuhan toko bahan bangunan di Kota Cikarang juga harus diperhatikan untuk mengetahui seberapa layak kah tempat tersebut didirikan bisnis bahan bangunan. Pertumbuhan toko bahan bangunan dapat dilihat dari PDRB (Produksi Domestik Regional Bruto) Kabupaten bekasi sektor perdagangan besar dan eceran Berikut ini adalah data mengenai produksi domestik regional bruto sektor perdagangan besar dan eceran tahun 2011-2013.

Tabel 2.1
Data Produksi Domestik Regional Bruto Kabupaten Bekasi
Sektor Perdagangan Besar dan Eceran
Tahun 2011-2013
(Dalam Juta Rupiah)

Indikator	2011	2012	2013
Atas Dasar Harga Berlaku	113.858.133	130.960.630	151.607.164
Atas Dasar Harga Konstan	49.364.029	54.889.405	61.430.810

Sumber: PDRB Jawa Barat



Tabel 2.2
Pendapatan Domestik Regional Bruto Daerah Kabupaten Bekasi
(Harga Konstan)
Tahun 2011-2013
(Dalam Rupiah)

SEKTOR	2011		2012		2013	
	RUPIAH (JUTA)	%	RUPIAH (JUTA)	%	RUPIAH (JUTA)	%
RESTORAN,HOTEL,PERDAGANGA	4.774.816	9,68	5.244.797	10,13	5.722.773	10,41

Sumber Data: Kabupaten Bekasi Dalam Angka 2014

BPS Kabupaten Bekasi

Pendapatan domestik daerah Kabupaten Bekasi meningkat dari tahun ke tahun. Kenaikan pendapatan tertinggi terjadi pada tahun 2013 sebesar 10,41%. Hal ini menunjukkan pertumbuhan yang terus diupayakan oleh pemerintah daerah Kabupaten Bekasi untuk menyejahterakan penduduknya, dan tentunya berdampak baik bagi wilayah Cikarang yang merupakan bagian dari Bekasi yang saat ini wilayahnya sedang bertumbuh pesat diberbagai industri.

Geliat Properti memang saat ini sedang beralih ke kawasan Bekasi barat, namun dalam waktu singkat akan mengalami kejenuhan dengan maraknya apartemen yang dibangun sehingga bergeser ke Cikarang. Selain itu, kekuatan basis ekonomi Cikarang yang merupakan kawasan industri menjadi pendorong pertumbuhan properti di wilayah tersebut.

“Perlambatan pertumbuhan sektor properti dalam tiga bulan terakhir ini ternyata tidak terjadi di Cikarang. Sektor properti di kawasan timur Jakarta itu malah baru mulai mengalami pertumbuhan. Direktur Indonesia Property Watch Ali Tranghada mengungkapkan seiring dengan jenuhnya pertumbuhan properti di Jabodetabek, lokasi

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.



konsentrasi akan melebar di sekitar pusat pertumbuhan, utamanya di kawasan timur. Perkembangan pesat, menurutnya, diperkirakan terjadi di wilayah Cikarang, Karawang, Malang, Surabaya, Makassar, dan Balikpapan.”

<http://www.mediaindonesia.com/mipagi/read/5864/Geliat-Properti-Geser-ke-Cikarang/2014/11/11>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Faktor Sosial dan Budaya

Tren dan gaya hidup seseorang saat ini sangat mempengaruhi kesuburan dalam dunia bisnis, dan hal tersebut tentunya merupakan peluang bagi SpadeHomeCenter untuk memberikan suatu inovasi dalam berbelanja bahan bangunan, banyak masyarakat sudah mulai memperhatikan keindahan interior sebuah ruangan, baik di mana mereka tinggal maupun menjalankan usahanya. Untuk itulah SpadeHomeCenter memberikan banyak pilihan produk yang beragam dan unik sehingga dapat memberikan keindahan pada eksterior dan interior rumah. Oleh sebab itu, didirikanlah SpadeHomeCenter setelah melihat peluang tersebut.

3. Faktor Lingkungan alam

Bisnis usaha SpadeHomeCenter yang akan di buka, tentu tidak mengakibatkan kerusakan lingkungan alam yang telah menjadi masalah global utama. Tidak adanya efek gas rumah kaca, akibat dari pembakaran fosil. Kaleng-kaleng sisa hasil bekas cat sudah di berikan himbauan agar membuangnya di tempat yang tepat, agar dapat di daur ulang kembali. Sehingga dapat mengurangi dampak pencemaran tanah dan air yang terjadi akibat buang sampah tidak pada tempatnya. Untuk mengurangi dampak pencemaran

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.



lingkungan, SpadeHomeCenter akan membuat himbauan berupa spanduk yang berpesan untuk menjaga lingkungan dengan membuang sampah kaleng dan botol plastik pada tempatnya.

4. Faktor Lingkungan Teknologi

Sebuah bisnis akan lebih bertumbuh apabila dapat memanfaatkan teknologi dengan baik. Hal ini memang sudah terbukti dari pernyataan-pernyataan berikut :

1. Teknologi mempermudah proses monitoring karyawan dan sistem keamanan
2. Mengurangi biaya produksi dan operasional
3. Memperluas pangsa pasar
4. Membantu Komunikasi yang lebih cepat dengan karyawan

Faktor teknologi memang sebagai salah satu faktor yang paling penting dalam mendorong majunya suatu bisnis, oleh karena itu SpadeHomeCenter akan memanfaatkan teknologi sebagai penunjang kemajuan bisnis ini. Pemanfaatan mesin kasir, mesin debit/kredit BCA dan mandiri, serta Handy talky untuk mempermudah komunikasi antar karyawan, teknologi CCTV untuk memperketat keamanan, serta sensor alarm untuk barang agar terhindar dari pencurian barang yang tidak diinginkan.

C. Analisis pesaing

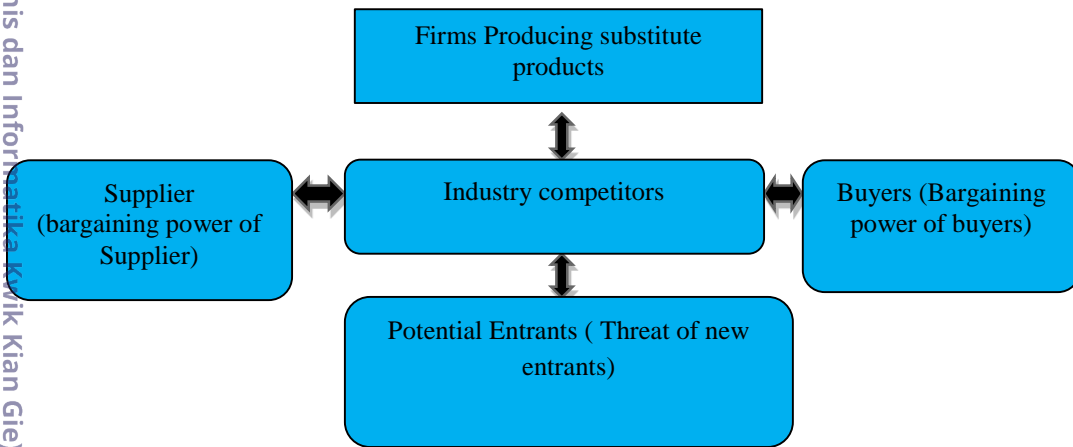
Menurut Michael E. Porter pada bukunya yang berjudul *techniques for analyzing industries and competitors*, Struktur industri memiliki pengaruh yang kuat dalam menentukan aturan kompetitif permainan serta strategi potensial yang tersedia untuk perusahaan.



Kekuatan di luar industri adalah kekuatan yang paling berpengaruh terhadap perusahaan. karena kekuatan luar biasanya mempengaruhi semua perusahaan dalam industri, kuncinya ditemukan dalam kemampuan yang berbeda dari perusahaan untuk menangani mereka.

Hakikat persaingan suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan utama, yaitu: Firms producing substitute products, Industry competitor, Potential entrants, Bargaining power of suppliers, Bargaining power of buyers

Gambar 2.1
Five Forces Porter's Models



Sumber: Michael E.Porter, 1995, Competitive Strategy,
Techniques for analyzing industries and competitors

1. Potential Entrants

Ancaman dan bahaya masuknya pesaing baru kedalam industri tergantung pada barriers/perlindungan yang sudah ada didalam perusahaan.Reaksi yang diberikan kompetitor atau pesaing tergantung pada perlindungan yang dibuat perusahaan. Bila perlindungan tersebut tinggi dan kuat maka pesaing baru akan sulit untuk memasuki pasar.

Terdapat 6 perlindungan utama yang diutarakan oleh Michael Porter, yaitu :



1. Economies of Scale

Skala ekonomi mengacu pada penurunan biaya unit produk (atau operasi atau fungsi yang digunakan untuk memproduksi produk) sebagai volume absolut per kenaikan periode. Skala ekonomi menghalangi masuknya pesaing baru dengan memaksa masuk untuk datang pada skala besar dan risiko yang besar dari perusahaan-perusahaan yang ada atau datang pada skala kecil dan menerima kerugian biaya, kedua pilihan yang tidak diinginkan

2. Product Differentiation

Setiap perusahaan memiliki differensiasi produk, memiliki ciri khas merk dan loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh iklan-iklan, pelayanan yang baik dan menjadi yang pertama di pasaran. Untuk itulah SpadeHomeCenter akan melakukan differensiasi produk dengan memberikan layanan terbaik, kualitas produk yang baik, barang-barang yang memang jarang ditemukan di toko lain, hal tersebut dilakukan agar dapat bersaing dengan para kompetitor.

3. Capital Requirements

Investasi yang besar untuk menciptakan perlindungan pada perusahaan, dalam hal ini SpadeHomeCenter akan kesulitan dalam menghadapi para kompetitor yang memang sudah lebih dulu menggeluti bidang ini dan sudah memiliki banyak persediaan produk.



4. Swiching Costs

Biaya switching cost adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan apabila perusahaan tersebut ingin mengganti pemasok dan memutus hubungan kontrak pemasok lama. Dalam hal biaya pergantian pemasok tidak akan mempengaruhi SpadeHomeCenter, karena SpadeHomeCenter masih pendatang baru dan harus menjalin hubungan yang baik dengan pemasok untuk menambah jaringan bisnis.

5. Access to distribution channel

Sebagai pendatang baru dalam bidang bahan bangunan ini, tentu SpadeHomeCenter belum memiliki Distribution channel/ jaringan pemasok. Namun hal tersebut sudah diantisipasi oleh SpadeHomeCenter yang memang sudah memiliki beberapa jaringan pemasok yang terpercaya.

6. Cost disadvantage independent of scale

Perusahaan yang sudah mapan memiliki keuntungan dengan memiliki produk-produk yang sudah diberikan hak paten dan memiliki teknologi yang sudah canggih dalam membantu proses produksi, lokasi yang memang sudah layak dan subsidi pemerintah yang kian membantu perusahaan yang sudah mapan. Dalam hal ini tidak akan berpengaruh terlalu banyak kepada SpadeHomeCenter.

2. Pressure from substitutes products

Segmen pasar tidak akan menjadi menarik karena adanya produk pengganti yang membahayakan pasar tersebut. Produk substitusi adalah sebuah ancaman bagi produk-



produk lain yang di sebabkan oleh beberapa hal, diantaranya berupa harga yang lebih murah, dan mesin produksi yang lebih canggih yang menyebabkan produk substitusi tersebut tercipta.

SpadeHomeCenter tidak menghadapi adanya hambatan produk pengganti karena SpadeHomeCenter menyediakan berbagai macam jenis produk dengan berbagai varian harga sesuai selera konsumen.

3. Industri Competitor

Semakin banyaknya pesaing dipasar maka semakin sulit perusahaan mencapai market leader pasar tersebut. Dalam menghadapi persaingan yang terjadi di pasar, Spade Home Center melakukan strategi differensiasi. Menurut Michael Porter dalam menghadapi para pesaing perusahaan harus menerapkan beberapa strategi, diantaranya :

a. Price Competition

Dalam hal ini, SpadeHomeCenter akan menerapkan harga yang bersaing dengan para kompetitor agar dapat menciptakan loyalitas konsumen.

b. Advertising battle

Iklan merupakan salah satu strategi untuk menjaring konsumen, untuk itulah SpadeHomeCenter akan menyebar brosur agar dikenal masyarakat setempat.

c. Product Introduction

Dalam memberikan pelayanan , SpadeHomeCenter akan memberikan penjelasan mengenai product-productnya dan memberikan konsultasi agar konsumen semakin puas dengan pelayanan yang diberikan.



d. Increased customer service and Warranties

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

Dalam menghadapi para pesaing, diperlukanlah strategi-strategi yang ampuh agar dapat unggul dalam persaingan, salah satunya adalah dengan meningkatkan mutu pelayanan, keramahan dan pelayanan yang maksimal menjadi modal bagi SpadeHomeCenter untuk merebut hati konsumen, dan juga memberikan garansi kepada produk-produk tertentu agar konsumen tidak ragu dalam berbelanja di SpadeHomeCenter.

4. Bargaining power of Buyers

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ketika konsumen berkonsentrasi atau berbelanja atau membeli dalam volume besar, daya tawar mereka mempresentasikan kekuatan besar yang mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industri. Perusahaan pesaing bisa saja menawarkan garansi yang panjang atau layanan khusus untuk mendapatkan loyalitas konsumen manakala daya tawar konsumen kuat. Daya tawar konsumen juga lebih tinggi ketika produk yang dibeli adalah standart atau tidak terdiferensiasi. Jika demikian, konsumen sering kali menegosiasikan harga jual, cakupan garansi, dan paket-paket aksesoris lainnya dalam pengertian yang luas.

Daya tawar konsumen menjadi kekuatan terpenting yang memengaruhi keunggulan kompetitif. Hal tersebut dapat terjadi dalam kondisi berikut :

1. Jika mereka dapat dengan mudah dan murah beralih ke merek atau pengganti pesaing.
2. Jika mereka menduduki tempat yang sangat penting bagi penjual.
3. Jika penjual menghadapi masalah menurunnya permintaan konsumen.
4. Jika mereka memegang informasi tentang produk, harga dan biaya penjual.

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.



5. Jika mereka memegang kendali mengenai apa dan kapan mereka bisa membeli produk.

(sumber: Michael E.Porter, 2010, Tj. :24)

Untuk itulah dalam menghadapi daya tawar konsumen SpadeHomeCenter akan melakukan persediaan keragaman produk dan memberikan layanan konsultasi bahan bangunan secara gratis sebagai bentuk pelayanan yang maksimal kepada konsumen, hal tersebut dilakukan agar konsumen terus loyal dan memilih SpadeHomeCenter sebagai tempat belanja bahan bangunan andalan mereka.

Daya tawar konsumen terhadap bahan bangunan cukup tinggi, dikarenakan banyak pemukiman dan perumahan penduduk yang berdampak baik pada bisnis bahan bangunan, serta tingginya tingkat keinginan masyarakat Cikarang untuk memperindah dan memperbaiki rumahnya.

5. Bargaining power of Supplier

Daya tawar pemasok tentunya akan mempengaruhi tingkat intensitas suatu industri khususnya dalam hal harga, kualitas produk, serta jangka waktu pengiriman barang. Apabila pemasok melakukan pengiriman telat dan memainkan harga serta kualitas produk tentunya akan berpengaruh terhadap minat konsumen dan turunya permintaan, tidak jauh berbeda dengan pengiriman barang apabila pengiriman barang terlambat dan tidak tepat waktu hal tersebut akan mempengaruhi jumlah persediaan barang di gudang SpadeHomeCenter, Hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap SpadeHomeCenter, di karenakan konsumen tidak akan puas apabila tidak menemukan produk yang dibutuhkannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



Untuk menciptakan keuntungan baik bagi pihak pemasok dan SpadeHomeCenter, maka dari pihak SpadeHomeCenter akan berhati-hati dalam memilih pemasok melalui komunikasi dan kerjasama yang baik dan menguntungkan kedua belah pihak. Selain itu, SpadeHomeCenter juga akan menggunakan lebih dari satu pemasok agar tidak ketergantungan dan menghindari permainan harga dari pemasok tersebut serta terhindar dari keterlambatan pengiriman barang.

Usaha bangunan SpadeHomeCenter akan menjalin kerjasama dengan PT.Prima jaya (pemasok Kunci-kunci silinder dan perlengkapan bangunan lainnya), PT Citra Karya (pemasok Kuas Roll, bak Cat, Kunci-kunci, dan perlengkapan lainnya), PT Catur Sentosa Adhiprana (Kuas Roll, kansai, cat Dulux, dan berbagai macam dempul kayu), PT Nipsea paint and Chemical (pemasok cat Nippon junior, Vinilex dan berbagai produk Nippon), PT Adhi Cakra Utama Mulia (Pemasok Aquaproof, Aquagard, SuperCement), PT Seiv Indonesia (pemasok Cat seiv), PT Rusli Vinilon sakti (Pipa Vinilon dan sambungan pipa), PT Vivateknik Mandiri (produk Kenmaster) .

Dengan mengetahui analisis pesaing yang di jabarkan oleh Porter, maka SpadeHomeCenter memiliki gambaran mengenai kondisi pasar saat ini dan dapat mengatasi serta mendapatkan solusi untuk mengatasi persaingan dan keadaan pasar sehingga dapat dipersiapkan strategi-strategi untuk meghadapi pesaing.

Usaha SpadeHomeCenter berencana akan beroperasi di kawasan Cikarang barat,Bekasi. Pesaing-pesaing yang akan dihadapi oleh SpadeHomeCenter di antaranya adalah :

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



1. Pratama bangunan

Alamat	: Jl. Raya Lemahabang 27 Cikarang
Telp	: (021) 8934 974
Lokasi	: Strategis terletak di jalan utama
Harga	: Di atas harga pasar
Keragaman produk	: Lebih Fokus kepada barang-barang perlengkapan pertukangan dan barang-barang Home appliance
Pelayanan	: Fasilitas pelayanan yang diberikan berupa layanan barang namun pelayanan karyawannya masih terlihat tidak bersemangat dalam bekerja.
Cara Pembayaran	: Tunai, Kartu Kredit dan Debit BCA dan Mandiri
Kondisi ruangan	: Ruangan sangat besar dan luas

2. Toko Sumber Bangunan

Alamat	: Jl. Raya Cibarusah no 88 Lippo Cikarang
Telp	: (021) 8967 7334
Lokasi	: Kawasan Lippo Cikarang, terletak di jalan utama .
Harga	: Harga pasar
Keragaman Produk	: Lebih Fokus menyediakan bahan bahan bangunan seperti pasir,semen, bata merah, dan bahan building material lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan 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

3. Toko Mitra bangunan

Pelayanan	: Kendaraan untuk mengirim bahan bangunan seperti pasir dan semen, dan beberapa pelayanan toko untuk membantu melayani konsumen.
Cara Pembayaran	: Tunai, sistem transfer, Debit Bca dan Mandiri
Kondisi Ruangan	: Ruangan Luas dan besar, barang-barang terpajang rapih di rak toko, Pembeli dapat masuk ke dalam toko dan melihat-lihat barang.
Alamat	: Jl. Raya Cibarusah no 50, Lippo Cikarang
Telp	: (021) 68392285, 8976143, 89677712, 89677579
Lokasi	: Lippo Cikarang, terletak di jalan utama
Harga	: Harga pasar
Keragaman Produk	: Lebih Fokus menyediakan bahan bangunan seperti Pasir, semen , batu bata, batu split, kompon, kayu kaso dan balok
Pelayanan	: Pemilik Toko melayani langsung pembeli di bantu beberapa karyawan, tersedia layanan antar barang
Cara Pembayaran	: Dilakukan secara tunai dan debit, bisa juga dengan transfer
Kondisi Ruangan	: Ruangan terbatas untuk owner toko dan karyawan, pembeli hanya dapat berdiri dan memesan barang diluar counter

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.

4. Toko Bumi Indah Cikarang

Alamat	: Jl Raya Industri jababeka no 8 jababeka, Cikarang
Telepon	: Telp : 021 8934988, 021 8935536, 021 93095771
Lokasi	: Di depan jalan, lokasi strategis, dekat dengan perkantoran
Harga	: Harga Pasar
Keragaman Produk	: Lebih Fokus menjual barang-barang building material seperti pasir, semen , batu bata, dan besi-besi
Pelayanan	: Pemilik toko melayani langsung pembeli dan dibantu beberapa karyawan
Cara pembayaran	: Tunai, debit, kredit
Kondisi Ruangan	: Ruangan terbatas untuk owner toko dan karyawan, pembeli hanya dapat berdiri dan memesan barang di luar counter

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



Berdasarkan data-data berikut maka dapat dibuat tabel perbandingan pesaing utama :

Tabel 2.3
Perbandingan Pesaing

Kategori	Spade Home Center	Pratama bangunan	Sumber bangunan	Mitra bangunan	Bumi indah bangunan
Lokasi	Strategis	Strategis	Strategis	Strategis	Strategis
Harga	Bersaing	Diatas harga pasar	Bersaing	Dibawah harga pasar	Bersaing
Keragaman Produk	Variatif	Variatif	Tidak Variatif	Tidak Variatif	Tidak Variatif
Layanan	Kondusif, responsif, layanan cepat	Kondusif, responsive, layanan Cepat	Layanan cepat, responsif	Layanan yang diberikan kurang responsif	Layanan cepat, responsif, kondusif
Sistem Pembayaran	Mudah dan lengkap	Mudah dan lengkap	Mudah	Mudah	Mudah
Kondisi Ruangan	Nyaman	Nyaman	Kurang Nyaman	Kurang Nyaman	Kurang Nyaman

Sumber: Hasil Pengamatan, 2014

Menurut hasil pengamatan diatas dapat dilihat bahwa SpadeHomeCenter memiliki harga yang bersaing dan tingkat kenyamanan yang memuaskan serta pelayanan yang baik oleh para karyawan yang memang sudah di latih dalam hal bahan bangunan, namun dengan mengetahui kekuatan pesaing, Spade Home Center akan terus menganalisis toko-toko tersebut dan mempelajari kelemahan dan kekuatan mereka untuk dijadikan dasar dalam membuat strategi yang akan dilakukan. Proses pembelajaran dapat dilakukan melalui pengalaman pribadi, riset terhadap konsumen, desas-desus, pemasok, serta agen. Untuk dapat menciptakan nilai tambah dalam memenangi persaingan yang ada, dengan

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

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 IBKKG.

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



meningkatkan keragaman produk serta layanan yang responsif dan cekatan dalam melayani konsumen.

Setelah mengenali pesaing, serta tujuan dan strateginya, SpadeHomeCenter dapat menilai kelemahan dan kekuatan pesaing menggunakan *Competitive Profil Matrix* yang mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahannya, terutama dengan kaitannya dengan posisi strategis. Bobot dan peringkat penilaian total digunakan dalam mengidentifikasi profil kompetitif yang nantinya akan dibandingkan dengan perusahaan pesaing.

Berikut ini adalah keterangan penilaian berdasarkan tabel :

Tabel 2.4
Spade Home Center
Competitive Profile Matrix

Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	Spade Home Center		Pratama bangunan		Sumber bangunan		Mitra bangunan		Bumi indah bangunan	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Kualitas Produk	0,2	4	0.8	4	0.8	3	0.6	3	0.6	4	0.8
Kualitas Jasa	0,15	3	0.45	3	0.45	2	0.3	3	0.45	2	0.3
Keragaman produk	0,15	3	0.45	4	0.6	2	0.3	2	0.3	2	0.3
Pengalaman Manajemen	0,1	3	0.3	4	0.4	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Kondisi Ruangan	0,1	3	0.3	4	0.4	2	0.2	2	0.2	2	0.2
Lokasi	0,15	4	0.6	4	0.6	4	0.6	4	0.6	4	0.6
Persaingan Harga	0,15	4	0.6	2	0.3	3	0.45	3	0.45	2	0.3
Total	1		3.5		3.55		2.75		2.9		2.8

Sumber: hasil penelitian 2015

Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keterangan :

- Bobot nilai tertinggi merupakan yang terpenting untuk menunjang kesuksesan
 - Total bobot secara keseluruhan berjumlah 1
 - Skor adalah hasil perkalian dari peringkat dan bobot
- keterangan peringkat 1=kelemahan mayor, 2= kelemahan minor, 3= kekuatan minor , 4= kekuatan mayor

Pada tabel kompetitif di atas dapat dilihat pratama unggul 0,5 dari SpadeHomeCenter, dan memiliki skor tertinggi dibanding pesaing yang lain unggul dalam pengalaman manajemen dan kondisi ruangan, sedangkan untuk SpadeHomeCenter memiliki total skor sebesar 3,5 unggul dari sumber bangunan, mitra bangunan, dan bumi indah bangunan. Tabel kompetitif diatas memperlihatkan tentang faktor-faktor penentu keberhasilan yang terdiri dari kualitas produk, keragaman produk, kualitas jasa, lokasi, hal tersebut merupakan yang terpenting untuk di perhatikan sebagai faktor yang menentukan keberhasilan sebuah usaha.

Berikut adalah penjabaran dari faktor-faktor penentu keberhasilan :

1. Kualitas Produk adalah Salah satu hal yang paling berpengaruh dalam Loyalitas konsumen dan kepercayaan konsumen terhadap produk-produk dari sebuah usaha, pembeli akan merasa puas apabila produk yang diperoleh memiliki kualitas bagus dan tahan lama serta lebih baik lagi bila didukung dengan harga yang terjangkau, dalam hal ini SpadeHomeCenter, Pratama bangunan dan Bumi indah bangunan memiliki poin sama yaitu 0,8 unggul dari Mitra bangunan yang memiliki poin 0,6 .Untuk dapat tetap bersaing dalam hal kualitas produk SpadeHomeCenter tentu menjual produk-produk yang



berkualitas agar dapat dipercaya oleh konsumen, produk tersebut diperoleh dari pemasok-pemasok yang terpercaya dan sudah terbukti berkualitas di bidangnya.

2. Kualitas jasa berupa pelayanan toko, layanan yang ramah dan baik akan sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan layanan pengiriman yang tepat waktu serta kelengkapan dalam pengiriman barang. Dalam hal ini SpadeHomeCenter, Pratama bangunan dan Mitra bangunan memiliki poin yang sama yaitu 0,45 poin unggul dari Bumi indah bangunan dan Sumber bangunan dengan poin 0,3.

3. Keragaman produk adalah kelengkapan produk yang tersedia di toko, dalam hal ini SpadeHomeCenter sebagai salah satu tempat belanja bangunan yang berkonsep OneStopShopping memiliki kelengkapan produk yang beragam sehingga pelanggan akan terus mencari keperluan bahan bangunannya di SpadeHomeCenter. Dalam tabel Competitive Profile Matrix diatas dapat dilihat bahwa Pratama bangunan memiliki skor tertinggi dengan 0,6 poin disusul oleh SpadeHomeCenter dengan 0,45 poin unggul dari Sumber bangunan, Mitra bangunan dan Bumi Indah Bangunan yang memiliki poin sama yaitu 0,3 poin.

4. Pengalaman Manajemen akan sangat penting karena berdampak pada eksistensi toko, sehingga konsumen tentunya akan lebih percaya pada toko yang memiliki pengalaman, Spade Home Center sebagai pendatang baru yang akan bersaing dengan toko yang sudah lebih dulu menggeluti bidang ini tentunya para pesaing akan memiliki pengalaman lebih namun dengan pengalaman pribadi, riset terhadap konsumen , serta keseriusan untuk terjun dalam bidang usaha ini SpadeHomeCenter akan melayani konsumen sebaik-baiknya untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap SpadeHomeCenter. Didalam tabel CPM diatas



dapat dilihat bahwa Pratama bangunan memiliki skor tertinggi dengan 0,4 poin unggul dari SpadeHomeCenter, Sumber bangunan, Mitra bangunan dan Bumi indah bangunan dengan poin sama yaitu sebesar 0,3 poin.

5. Lokasi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan yang penting dari suatu usaha, lokasi yang strategis akan mempengaruhi tingkat penjualan suatu usaha. Lokasi

SpadeHomeCenter dan para pesaing memiliki lokasi yang sama-sama strategis terletak di jalan utama dan banyak pemukiman penduduk sehingga akan berdampak baik pada tingkat penjualan masing-masing usaha. Dalam hal lokasi SpadeHomeCenter dan para pesaingnya memiliki skor sama yaitu sebesar 0,6 poin, hal ini disebabkan oleh letak yang sama-sama strategis dan memiliki potensi yang sama kuat untuk menjadi pilihan konsumen.

6. Kondisi Ruangan dalam hal ini SpadeHomeCenter akan membuat Supermarket bahan bangunan dimana kondisi ruangan yang berAc dan memiliki tingkat kenyamanan akan berdampak baik untuk konsumen sehingga konsumen akan terus berbelanja di SpadeHomeCenter. Kondisi ruangan yang dimiliki SpadeHomeCenter memiliki nilai poin sebesar 0,3 poin unggul dari Sumber bangunan, Mitra bangunan dan Bumi indah bangunan dengan 0,2 poin, dan Pratama Bangunan yang memiliki skor tertinggi dengan 0,3 poin

7. Persaingan Harga dalam hal ini SpadeHomeCenter akan terus mengamati pasar sehingga harga yang diberikan akan terjamin sehingga konsumen tidak perlu khawatir dengan harga yang diberikan, SpadeHomeCenter akan memberikan harga yang bersaing sehingga akan membangun persaingan bisnis yang sehat dengan para pesaing. Dalam persaingan harga SpadeHomeCenter memberikan harga yang bersaing dan sering mengadakan promo sehingga SpadeHomeCenter memiliki skor tertinggi dengan 0,6 poin, di susul oleh Sumber

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.



bangunan dan Mitra bangunan yang memiliki skor 0,45 poin serta Pratama bangunan dan Bumi Indah Bangunan dengan poin terendah yakni 0,3 poin.

Kondisi tersebut dapat disimpulkan dalam hal ini bahwa Pratama bangunan merupakan pesaing terberat dari Spade Home Center dikarenakan Pratama bangunan memiliki kondisi ruangan yang luas dan pengalaman manajemen yang baik, namun harga yang lebih tinggi dari pasar merupakan salah satu kelemahan yang dimiliki pratama bangunan dan hal tersebut merupakan sebuah peluang bagi SpadeHomeCenter untuk mencuri hati konsumen.

D. Analisis SWOT

Matriks kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman (Strength-Weaknesses-Opportunities-Threats-SWOT) adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para pebisnis Mengembangkan empat jenis strategi : Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman).Mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal utama merupakan bagian tersulit dalam mengembangkan Matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik dan tidak ada satupun paduan yang paling benar.(Fred R David, 2010 , Tj: 327)

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.



Keempat strategi tersebut adalah :

a. Strategi SO

Memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Secara umum organisasi akan menjalankan strategi WO, ST atau WT untuk mencapai situasi dimana mereka dapat melaksanakan Strategi SO. Jika sebuah perusahaan memiliki kelemahan besar, maka perusahaan akan berjuang untuk mengatasinya dan mengubahnya menjadi kekuatan. Ketika sebuah organisasi dihadapkan pada ancaman yang besar, maka perusahaan akan berusaha untuk menghindarinya untuk berkonsentrasi pada peluang.

b. Strategi WO

Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil peluang dari keuntungan eksternal. Terkadang, peluang-peluang besar muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan kekuatan tersebut. (Fred R David ,2010, Tj. : 327)

c. Strategi ST

Memanfaatkan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung didalam lingkungan eksternal.

d. Strategi WT

Merupakan taktik defensive yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Sebuah organisasi yang menghadapi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ancaman eksternal dan kelemahan internal benar-benar dalam posisi yang membahayakan. Dalam kenyataannya, perusahaan itu harus berjuang untuk bertahan hidup dengan melakukan merger, penciutan, menyatakan diri bangkrut atau memilih likuidasi (Fred R David, 2010, Tj. :329)

Berikut merupakan analisis SWOT dari SpadeHomeCenter :

1. Strengths (kekuatan)

a. Keragaman Produk

Usaha SpadeHomeCenter memiliki kelengkapan jenis produk bahan bangunan, mulai dari Building material, Home appliance, paint and sundries, Flooring and wall, tools, houseware, bath and kitchen, electrical and lighting, plumbing, door and windows. Memiliki berbagai macam varian merk dan harga yang meliputi kualitas yang berbeda-beda sehingga mempermudah konsumen dalam memilih tempat berbelanja bangunan yang komplit dan lengkap.

b. Lokasi yang mudah dijangkau

Letak usaha SpadeHomeCenter memiliki lokasi yang strategis menjadi keunggulan dari usaha SpadeHomeCenter karena lokasi berada di depan jalan raya dan kawasan tersebut dekat dengan pemukiman penduduk. Dengan tingginya jumlah pengendara motor dan mobil yang melintasi jalan raya tersebut maka peluang untuk mendapatkan konsumen yang potensial pun meningkat.

c. Fasilitas dan Kenyamanan

Fasilitas dan kenyamanan toko menjadi salah satu keunggulan yang dapat dijadikan kekuatan untuk bersaing dengan para pesaing, karena kerapuhan dan





kebersihan toko dapat membuat para konsumen nyaman dalam berbelanja, fasilitas yang diberikan berupa Air Conditioner, air minum dan tempat duduk serta contoh-contoh gambar Pintu wc, Wallpaper, Contoh warna cat tembok dan cat minyak. Hal tersebut diberikan sebagai pelayanan konsumen agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

c. Kualitas Produk

Kualitas yang diberikan oleh SpadeHomeCenter terhadap produknya tentu terjamin, Spade Home Center hanya memperdagangkan barang-barang yang memang sudah terjamin kualitasnya dan memberikan garansi kepada barang tersebut apabila memang rusak karena kesalahan pihak toko atau pemasok, garansi selama 1 (satu) minggu kepada barang tersebut sebagai bentuk jaminan dan pelayanan Spade Home Center.

e. Pelayanan

SpadeHomeCenter melatih karyawannya agar professional dan cekatan dalam melayani konsumen serta mengerti tentang bahan bangunan. Pelayanan yang diberikan juga lebih responsif sehingga memberikan kepuasan dan membantu konsumen yang ingin berkonsultasi tentang kerusakan/perbaikan rumahnya.

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.



f. Hubungan yang baik dengan pemasok

Hubungan yang baik dengan pemasok menjadi peluang yang dimanfaatkan oleh SpadeHomeCenter dari segi biaya, biaya yang dikeluarkan akan lebih rendah dikarenakan hubungan yang baik dengan pemasok, dan juga hubungan yang baik dengan pemasok akan meningkatkan keterjaminan ketepatan waktu pengiriman barang oleh pemasok kepada SpadeHomeCenter

2. Weaknesses

a. Minimnya pengalaman memulai bisnis

Usaha SpadeHomeCenter yang baru dirintis pertama kali tentunya akan mengalami berbagai macam kesulitan, Hal tersebut disebabkan oleh minimnya pengalaman berbisnis yang pasti dialami oleh setiap pebisnis baru.

b. Nama yang belum dikenal

Usaha SpadeHomeCenter yang baru akan didirikan tentunya harus membangun citra yang baik di masyarakat sehingga nama SpadeHomeCenter akan dikenal di masyarakat. Untuk itulah SpadeHomeCenter nantinya akan menyebar brosur dan memberikan berbagai promo menarik dan harga yang terjangkau sehingga SpadeHomeCenter akan semakin dikenal masyarakat setempat.

c. Biaya Modal yang tinggi

Dibutuhkan modal yang besar untuk membangun SpadeHomeCenter, dalam tahap awal Spade Home Center akan menggunakan modal yang ada untuk melengkapi barang-barang yang akan dijual dengan tidak terlalu banyak varian merk namun lengkap dalam jenis dan tipe produk sehingga seiring proses berkembang dan



berjalannya usaha , produk yang di jual SpadeHomeCenter akan lebih beragam dan bervariasi.

d. Belum memiliki jaringan bisnis yang luas

Usaha SpadeHomeCenter yang baru akan dirintis belum memiliki jaringan yang luas dikarenakan SpadeHomeCenter masih baru berdiri dan belum banyak dikenal oleh para pemasok.

3. Opportunities

a. Banyaknya pemukiman penduduk

Banyaknya pemukiman penduduk akan berdampak baik kepada usaha bahan bangunan. Hal ini disebabkan karena konsumen membutuhkan bahan bangunan untuk memperindah interior dan eksterior rumah, serta merawat dan memperbaiki rumah.

b. Budaya/Kebiasaan masyarakat

Kebutuhan tetap masyarakat dalam hal pembangunan yang seringkali dipengaruhi oleh musim-musim tertentu dapat dijadikan peluang bagi SpadeHomeCenter sebagai toko yang bergerak dalam bidang bahan bangunan. Misal, saat menjelang perayaan Hari Raya, seperti saat menjelang perayaan Lebaran atau Tahun baru, kebutuhan akan cat dan produk lainnya cenderung meningkat.

c. Iklim udara

Musim panas dan musim hujan di Indonesia sangat berpengaruh terhadap usaha bisnis bahan bangunan, terutama saat pasca musim hujan dan banjir, akan



banyak permintaan terhadap cat anti bocor, cat tembok, keramik, dan bahan bangunan lainnya sehingga hal ini menjadi peluang bagi pengusaha bisnis bahan bangunan.

d. Pertumbuhan penduduk Cikarang yang terus meningkat

Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat akan meningkatkan pemukiman penduduk. Hal tersebut akan berdampak pada meningkatnya kebutuhan akan bahan bangunan, dalam hal ini merupakan sebuah peluang bagi para pencari usaha baru.

e. Banyaknya pasokan yang tersedia

Mudahnya memperoleh bahan bangunan, dikarenakan sebagian besar sudah dibuat didalam negeri seperti dan mudahnya memperoleh bahan material seperti pasir, batu split, serta semen yang memang merupakan kekayaan alam bumi Indonesia yang hanya melalui proses penyempurnaan di pabrik sehingga menjadi barang yang siap untuk dipakai.

4. Threats

a. Daya Tarik pasar atas industri bahan bangunan

Usaha dibidang bahan bangunan rentan dimasuki oleh pemain baru, oleh karena itu SpadeHomeCenter membuat konsep Onestopshopping dengan fasilitas Ac seperti Supermarket.

b. Persaingan harga

Dalam hal ini harga yang bersaing akan memungkinkan peningkatan penjualan, agar dapat terus bersaing dengan para kompetitor, SpadeHomeCenter akan terus menganalisa dan mengamati para pesaing agar harga yang ditetapkan dapat diterima konsumen.

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 IBIKGG.

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



c. Penghalang masuk bagi pesaing baru

C Pesaing lama yang sudah lebih lama menggeluti bidang bahan bangunan ini, sudah pasti memiliki jaringan yang luas dan pengalaman yang lama dalam bidang ini, serta memiliki konsumen yang loyal. Hal ini merupakan ancaman bagi para pesaing baru yang ingin terjun ke pasar yang sama.

d. Kebijakan Ekonomi yang terus berubah

Harga BBM yang terus berubah dan pajak yang kemudian berdampak pada inflasi, yang kemudian mempengaruhi pengeluaran belanja toko, laba dan harga penjualan toko.

e. Loyalitas etos kerja

Pada saat ini seringkali ditemukan karyawan yang masih kurang memiliki loyalitas dan tanggung jawab dalam perusahaannya sehingga kinerja perusahaan menjadi tidak maksimal.

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.



**Tabel 2.5
Matrix SWOT**

<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya pemukiman penduduk 2. Budaya/kebiasaan masyarakat 3. Iklim udara 4. Pertumbuhan penduduk cikarang yang terus meningkat 5. Banyaknya pasokan yang tersedia 		<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Daya Tarik pasar atas industri bahan bangunan 2. Persaingan harga 3. Penghalang masuk bagi pesaing baru 4. Kebijakan Ekonomi yang terus berubah 5. Loyalitas etos kerja
<p>Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kegagalan produk 2. Lokasi yang mudah dijangkau 3. Fasilitas dan kenyamanan 4. Kualitas produk 5. Pelayanan 6. Hubungan yang baik dengan pemasok 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah jumlah stok sesuai kebutuhan di musimnya (S6, O2, O3) 2. Memberikan potongan harga (S2, O1) 3. Meningkatkan kerjasama dengan pemasok (S1, S4, O2, O5) 4. Melakukan promosi yang gencar (S1, S4, O1, O4) 5. Menambah jenis produk yang saling terkait (S1, O5) 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan pelayanan berupa konsultasi(S5,T1,T2,T3) 2. Melatih dan memberi motivasi untuk karyawan (S5, T5) 3. Menyediakan berbagai produk yang berkualitas (S1,S4,T1,T2,T3)
<p>Weaknesses (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Minimnya pengalaman memulai bisnis 2. Nama yang belum dikenal 3. Biaya modal yang tinggi 4. Belum memiliki jaringan bisnis yang luas 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari dan merekrut tenaga kerja yang potensial (W1,W3,O4) 2. Membangun kerjasama yang baik dengan pemasok (W2,W4,O5) 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelatihan bagi karyawan (W1,T3) 2. Meningkatkan pelayanan (W2,W3,T1,T2,T3)

Sumber: Spade Home Center 2015

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



E. Segmentasi Pasar

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

“ Perusahaan membagi pasar yang besar dan heterongen menjadi segmen yang lebih kecil yang dapat dicapai secara lebih efisien dan efektif dengan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan unik mereka” (Kotler dan Amstrong, 2008, Tj. :225)

Terdapat 4 cara dalam menetapkan segmentasi didalam pasar konsumen, menurut Kotler dan Amstrong Segmentasinya yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, dan segmentasi prilaku. Berikut adalah Segmentasi yang dikelompokan menurut Spade Home Center diantaranya adalah :

1. Segmentasi Geografis

“Membagi pasar ke dalam unit geografis yang berbeda-beda seperti Negara, regional, Negara bagian, kota, atau lingkungan.Suatu perusahaan dapat memutuskan untuk beroperasi di satu atau beberapa wilayah geografis, atau beroperasi di seluruh wilayah tapi memberikan perhatian untuk perbedaan kebutuhan dan keinginan sesuai geografis masing-masing.”(Kotler dan Armstrong dalam, 2008, Tj. : 294)

Bisnis usaha bahan bangunan SpadeHomeCenter terletak di wilayah Cikarang jalan Gramapuri persada yang merupakan daerah strategis karena ruko yang akan di jadikan untuk mendirikan SpadeHomeCenter menghadap jalan raya dan dikelilingi oleh pemukiman penduduk.Sehingga dapat dikatakan wilayah yang akan dibangun SpadeHomeCenter merupakan wilayah yang hidup dan area strategis untuk berbisnis, sehingga lokasi SpadeHomeCenter sudah sangat tepat.

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



2. Segmentasi Demografis

Membagi pasar menjadi grup-grup berdasarkan pada variable seperti usia, gender, siklus keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, dan kebangsaan. Faktor demografis adalah dasar paling populer untuk segmentasi grup konsumen, terutama karena kebutuhan, keinginan, dan tingkat penggunaan konsumen sering beragam sejalan dengan variable demografisnya. (Kotler dan Armstrong, 2008, Tj. : 294)

Bisnis usaha bahan bangunan SpadeHomeCenter menetapkan segmentasinya pada usia dan jenis kelamin. Karena peminat bahan bangunan adalah dari remaja sampai orang dewasa, bahkan peminatnya tidak hanya laki-laki tetapi perempuan juga terkadang ikut membantu untuk membeli perkakas rumahnya. Selain faktor di atas usaha bahan bangunan SpadeHomeCenter juga dapat dinikmati oleh pendapatan menengah sampai menengah keatas yang penetapan harga SpadeHomeCenter terbilang terjangkau.

3. Segmentasi Psikografis

Membagi pembeli menjadi beberapa grup yang berbeda, yang didasarkan pada kelas sosial, gaya hidup, atau karakteristik kepribadian. (Kotler dan Armstrong, 2008, Tj. : 29). Bisnis bahan bangunan SpadeHomeCenter menargetkan kepada gaya hidup masyarakat yang membutuhkan renovasi rumah dan keindahan eksterior dan interior rumah yang baru agar terlihat baru dan segar. Setiap orang membutuhkan perbaikan dan peremajaan rumah agar terlihat bagus dan rapi, terutama pada saat Hari raya dimana banyak saudara/i yang berkunjung membuat suatu keharusan untuk memperbaiki rumah agar terlihat indah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



4. Segmentasi Prilaku

Memilah pembeli kedalam grup-grup yang didasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan atau tanggapan mereka terhadap suatu produk. Sebagian pemasar percaya bahwa variable perilaku adalah titik awal terbaik untuk membangun segmentasi pasar.

Dalam hal ini SpadeHomeCenter melakukan pelayanan dengan konsultasi, agar dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen sesuai dengan karakteristik dan tanggapan mereka terhadap suatu produk, sehingga SpadeHomeCenter jadi lebih mengerti tentang kualitas produk yang di jual menurut pandangan konsumen.

Target Pasar

Usaha SpadeHomeCenter memiliki fokus segmentasi pasar berdasarkan segmentasi geografis dimana segmen yang dituju ialah masyarakat Cikarang kawasan Gramapuri persada ini merupakan kawasan yang ramai penduduknya dan memiliki banyak pemukiman disekitarnya, kawasan Gramapuri ini merupakan kawasan Industri kecil dimana banyak terdapat pabrik-pabrik yang beroperasi. Selain itu, juga memiliki banyak pemukiman yang baru akan dibangun sehingga kawasan ini merupakan kawasan yang ramai dan merupakan tempat yang cocok untuk para pengusaha baru yang ingin mencoba peruntungan bisnis di kawasan ini. Beragam bisnis sudah ada di kawasan ini mulai dari Warung internet, Toko bahan bangunan, toko furniture, restoran , rumah makan padang, toko elektronik, toko sembako dan usaha-usaha lainnya.

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.



G. Ramalan Industri

Peramalan pasar menurut adalah permintaan pasar yang berhubungan dengan tingkat pengeluaran pemasaran yang sebenarnya akan terjadi. Peramalan pasar juga menunjukkan permintaan pasar yang diduga bukan permintaan pasar maksimum. Perusahaan mengasumsikan bahwa semakin rendah persentase produk, semakin tinggi potensi pasar. (Kotler dan Keller 2012 : 87)

Tujuan melakukan ramalan industri adalah untuk membuat perkiraan permintaan terhadap suatu produk dan jasa dengan memperkirakan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Target pasar yang akan dituju oleh SpadeHomeCenter adalah di Cikarang terutama di wilayah Cikarang barat. Penduduk yang dimaksud adalah mencakup Pabrik-pabrik, perkantoran, dan penduduk sekitar. Oleh karena itu SpadeHomeCenter melihat peluang yang relatif besar untuk menyediakan kebutuhan bahan bangunan bagi kawasan industri dan masyarakat di sekitarnya.

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.