



BAB II

ANALISIS INDUSTRI

Fred R. David (2010:43) mengungkapkan bahwa “Analisis industri (*Industry Analysis*) berfokus pada upaya identifikasi dan evaluasi trend dan kejadian yang berada di luar kendali satu perusahaan.” Tanpa dilakukannya analisis industri terlebih dahulu, tidak dapat diprediksikan apa yang akan terjadi pada suatu bisnis. Analisis industri memberikan banyak hasil penelitian yang akan sangat berguna bagi suatu bisnis untuk jangka panjang. Analisis industri juga dapat memberi tahu apakah suatu bisnis tersebut dapat bertahan dan bersaing dengan para pesaing terdekatnya

Dalam analisis industri, gambaran masa depan dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Analisis industri mencakup gambaran masa depan, analisis pesaing, segmentasi pasar, serta ramalan industri dan pasar

A. Gambaran Masa Depan

Lingkungan Bisnis

Perusahaan perlu merumuskan strategi untuk mengambil keuntungan dari peluang eksternal dan untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal (David, 2013 : 41). Lingkungan yang pertama dianalisis adalah lingkungan makro. Lingkungan makro terdiri dari faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan secara tidak langsung seperti ekonomi, sosial budaya, teknologi, *environment*, dan legal atau hukum. Selain itu penulis akan menganalisis lingkungan industri. Lingkungan industri adalah faktor-faktor yang memberikan pengaruh langsung pada aktivitas perusahaan. Berbeda dengan lingkungan makro, lingkungan industri mempengaruhi langsung dan sangat berpengaruh pada perkembangan suatu



perusahaan. Bisnis *spare part* teknik mempunyai pesaing yang sudah ada terlebih dahulu maupun pesaing baru dengan konsep bisnis yang berbeda dan mungkin lebih inovatif. Analisis terhadap lingkungan bisnis akan dilakukan sebagai bahan untuk membuat strategi terbaik untuk menghadapi persaingan.

Lingkungan Makro

Ekonomi

Faktor pendapatan yang berkaitan dengan daya beli perusahaan pabrik industri turut mengambil peranan penting dalam kemajuan bisnis ini. Faktor ekonomi merupakan sebuah ancaman juga bagi bisnis ini, karena semakin rendah pendapatan suatu perusahaan maka semakin rendah pula produktifitas industri perusahaan tersebut. Hal itu akan berdampak pada pembelian atau permintaan pada produk *spare part* ini. Sehingga akan berdampak negatif pada bisnis ini, begitu juga sebaliknya.

Perubahan mata uang asing juga merupakan salah satu faktor ekonomi yang berdampak pada harga produk yang akan diimpor. Produk yang diimpor dari Taiwan ini akan menggunakan kurs \$ (dolar Amerika), sehingga perubahan kurs dolar akan mempengaruhi harga pembelian dan penjualan barang.

Sosial Budaya

Pergeseran nilai budaya, cara hidup, nilai-nilai sosial, keyakinan dan kesenangan dari suatu masyarakat perlu mendapat perhatian pemasar karena dapat mempengaruhi program pemasaran. Ada beberapa perusahaan yang mencari sebuah produk dengan merek tertentu (kurangnya kepercayaan masyarakat atau perusahaan terhadap suatu merek) dan belum tentu merek *spare part* yang terdapat

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.



pada suatu mesin dijual terpisah atau bebas di masyarakat. Hal itu yang membuat konsumen ragu-ragu untuk membeli produk kami. Hal tersebut merupakan tugas dari perusahaan untuk memasarkan produk *spare part* agar mendapat kepercayaan dari konsumen.

Teknologi

Teknologi merupakan faktor paling mempengaruhi suatu produk. Perubahan teknologi membawa dampak pada perubahan gaya hidup dan pola konsumsi pasar. Untuk itu dibutuhkan adanya inovasi penelitian dan pengembangan (R&D) untuk menciptakan ide-ide kreatif produk baru yang berorientasi pasar karena adanya kebutuhan konsumen yang perlu terpenuhi. Semakin tinggi teknologi yang di miliki suatu pabrik, maka semakin tinggi pula kualitas produk dan jenis produk yang dapat di berikan perusahaan kepada konsumen. Oleh sebab itu produk yang ditawarkan akan diimpor dari Taiwan yang mempunyai ISO 9000 atau sertifikat yang diberikan pemerintah Taiwan, kerena semakin tinggi kualitas suatu produk maka akan semakin dicari oleh konsumen.

Lingkungan

Faktor lingkungan tidak berdampak besar bagi perkembangan bisnis *spare part* ini karena bisnis ini bukan bisnis yang mengandalkan alam tetapi teknologi. Akan tetapi dalam perusahaan perlu diperhatikan kenyamanan lingkungannya dan kerja sama antara para pengusaha sejenis atau dengan pengusaha layanan jasa agar dapat menghemat biaya.

Produk yang dipasarkan merupakan produk yang berasal dari Taiwan yang diproduksi dari Sumberdaya Alam yang lama kelamaan akan habis. Meskipun

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.



demikian produk yang dipasarkan tersebut dapat didaur ulang untuk menciptakan produk lain karena produk tersebut berbahan dasar logam.

Produk ini sangat diperlukan oleh setiap pabrik industri karena digunakan untuk mengontrol setiap-setiap kegiatan mesin. Jika setiap mesin ada yg mengalami kerusakan atau kebocoran dapat membahayakan setiap karyawan yang berada dipabrik tersebut dan mengakibatkan produksi menjadi terganggu.

Legal dan hukum

Legal merupakan faktor terpenting dalam pendistribusian produk ini. Karena, tanpa adanya perlindungan merek produk dalam bisnis ini, maka akan ada oknum-oknum yang bisa memanfaatkan kondisi ini untuk mencari keuntungan sendiri, seperti melanggar hak merek dan mengedarkan merek kami untuk disebarakan tanpa persetujuan perusahaan kami. Meskipun merek yang ditawarkan sama, belum tentu kualitas produk yang ditawarkan akan sama. Oleh karena itu jika terjadi pelanggaran hukum tersebut dapat merusak citra merek produk yang kami tawarkan.

Gambaran masa depan diperlukan untuk mengetahui perkembangan bisnis yang akan dibangun di masa yang akan datang dan mengetahui apakah bisnis tersebut masih memiliki prospek di masa yang akan datang.

Dalam setiap pabrik yang berjalan di indonesia pasti menggunakan alat *controller* dalam setiap mesin yang ada. Alat *controller* tersebut sangat berperan penting dalam suatu pabrik karena menjaga agar setiap mesin yang ada di pabrik dapat digunakan secara maksimal tanpa merusak mesin tersebut. Tanpa alat-alat tersebut mesin yang ada di pabrik dapat sangat membahayakan. Dan alat-alat *controller* tersebut belum tersebar secara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

merata di Indonesia. Alat-alat *controller* tersebut ada yang bersifat mudah rusak dan tahan lama. Melihat kebutuhan yang ada di pasar maka bisnis ini dipercaya dapat berkembang dan memberikan profit.

Melakukan penelitian sebelum membangun sebuah usaha adalah hal yang sangat penting. Banyak usaha yang mengalami kegagalan karena tidak melakukan penelitian terlebih dahulu. Oleh karena itu, survey yang dilakukan untuk membuka usaha *spare part* teknik dilakukan di pertokoan Glodok Jakarta Pusat sangat berpotensi. Hal ini dikarenakan permintaan yang masih tinggi dan akses menuju wilayah Glodok cukup banyak dan mudah dijangkau.

Sudah lama pasar Glodok dikenal sebagai tempat yang menjual berbagai macam alat-alat industri. Menurut pendapat umum masyarakat yang berbelanja di Glodok, bahwa Glodok merupakan salah satu pasar yang menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pasar alat-alat teknik lainnya, seperti pasar Asem Reges yang berada di wilayah yang sama.

Berikut ini akan ditunjukkan tabel Indeks Produksi Industri Besar dan Sedang Menurut Dua Digit Kode ISIC, dari tahun 2007 – 2011.





Tabel 2.1

Indeks Produksi Industri Besar dan Sedang Menurut Dua Digit Kode ISIC, 2006-2011

(2000 = 100)

Kode Industri	Uraian	Rataan Tahunan 2006	Rataan Tahunan 2007	Rataan Tahunan 2008	Rataan Tahunan 2009	Rataan Tahunan 2010	Rataan Tahunan 2011
15	Makanan dan Minuman	232.91	245.01	251.51	276.30	294.01	318.52
16	Pengolahan Tembakau	116.06	134.51	154.19	193.56	202.65	221.33
17	Tekstil	88.46	98.34	101.66	96.08	96.14	103.95
18	Pakaian Jadi	169.65	130.58	93.08	84.82	85.31	103.95
19	Kulit dan Barang dari Kulit dan Alas Kaki	101.56	101.09	115.25	116.27	128.22	141.40
20	Kayu, Barang-Barang dari Kayu (tidak termasuk furnitur), dan Barang-Barang Anyaman	64.72	54.10	51.09	49.05	46.41	44.47
21	Kertas dan Barang dari Kertas	105.99	122.40	126.28	128.65	126.08	135.36
22	Penerbitan, Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman						
23	Batu Bara, Pengilangan Minyak Bumi dan Pengolahan Gas Bumi, Barang-Barang dari Hasil Pengilangan Minyak Bumi, dan Bahan Nuklir						
24	Kimia dan Barang-Barang dari Bahan Kimia	227.33	308.81	287.68	295.76	311.67	348.84
25	Karet dan Barang dari Karet dan Barang dari Plastik	117.66	102.97	112.12	115.50	118.17	108.05
26	Barang Galian Bukan Logam	124.07	124.48	112.70	110.47	113.48	122.73
27	Logam Dasar	141.43	158.53	168.53	159.28	164.52	191.26
28	Barang-Barang dari Logam, kecuali Mesin dan Peralatannya	109.86	84.22	71.91	66.12	68.85	71.49
29	Mesin dan Perlengkapannya	195.56	279.74	253.61	251.60	268.27	259.06
31	Mesin Listrik lainnya dan Perlengkapannya	159.11	124.01	125.99	126.79	122.23	136.18
32	Radio, Televisi, dan Peralatan Komuni-kasi, serta Perlengkapannya	249.14	374.85	424.64	413.58	450.86	463.73
33	Peralatan Kedokteran, Alat-Alat Ukur, Peralatan Navigasi, Peralatan Optik, Jam dan Lonceng						
34	Kendaraan Bermotor	88.60	114.88	140.62	133.68	159.97	183.73
35	Alat Angkutan, selain Kendaraan Bermotor Roda empat atau Lebih	85.87	78.24	105.97	110.40	127.36	128.66
36	Furnitur dan Pengolahan Lainnya	210.13	180.47	241.04	239.49	247.87	250.53
	Jumlah	116.92	123.44	127.15	128.85	134.58	142.07

Sumber : http://bps.go.id/tab_sub/view.php?kat=2&tabel=1&daftar=1&id_subyek=09¬ab=6

Hak cipta milik IBI KKG (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 IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 2.1 menunjukkan perkembangan produksi industri mesin dan perlengkapan di Indonesia yang terus mengalami peningkatan. Ini dapat menjadi peluang bagi perusahaan-perusahaan penyedia *spare part* teknik. Semua mesin pengolah seperti pengolah pakaian jadi akan menggunakan *sparepart* seperti *Pressure Gauge, Pressure Switch, Thermometer, air regulator, dan solenoid valve*.

B. Analisis Pesaing

Di dalam dunia bisnis sangat erat kaitannya dengan ancaman pesaing. Pesaing merupakan ancaman terbesar bagi seorang wirausaha. Oleh karena itu setiap wirausaha harus dapat mengatasi ancaman pesaing yang ada di sekitarnya. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing, dapat disusun rencana bisnis yang berpotensi di masa yang akan datang.

Para pesaing yang ada di wilayah Glodok adalah pesaing yang sudah cukup berpengalaman di pasar. Yang menjadi pesaing utama Adi Setia Teknik (AST) di wilayah Glodok adalah Fanuel Pneumatic, Budi anugrah, dan Mega instrument . Untuk mendapatkan informasi tentang pesaing digunakan metode observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan pada operasi pesaing yang mencakup :

1. Observasi

- Mengamati bagaimana para karyawan berinteraksi dengan pelanggan.
- Mengamati bagaimana produk/jasa tersebut ditawarkan kepada pelanggan.
- Mengamati kebijakan penetapan harga.



Melalui analisi pesaing ini, diharapkan dapat diketahui keunggulan dan kelemahannya pesaing sehingga menjadi pertimbangan dalam penyusunan rencana usaha baru.

Berdasarkan segmen geografis, terdapat beberapa toko teknik yang lokasinya berdekatan dan dianggap sebagai utama Toko Adi Setia Teknik (Fanuel Pneumatic, Budi Anugrah dan Mega Instrument).

Tabel 2.2
Toko Adi Setia Teknik
Kelemahan dan Keunggulan Para Pesaing

Variable	Fanuel Pneumatic	Budi Anugrah	Mega Instrument
Harga produk	cukup tinggi	cukup tinggi	cukup tinggi
Kualitas Produk	Baik	Baik	baik
Variasi Produk	Cukup banyak	Banyak	banyak
Kualitas layanan	Cukup baik	Baik	baik
Reputasi	Baik	sangat baik	cukup baik
Pemasaran	cukup baik	Cukup baik	baik
Lahan parkir	Memadai	Memadai	sangat memadai

Sumber: Hasil Survei,2013

Keterangan : buruk = 1; cukup baik = 2; baik = 3; sangat baik = 4

Sangat tinggi = 1; tinggi = 2; cukup tinggi = 3; rendah = 4

Tidak memadai = 1; cukup memadai = 2; memadai=3; sangat memadai= 4

Fanuel Pneumatic :

Harga Produk : Harga yang ditawarkan cukup tinggi karena mempunyai merek yang pegang sendiri.

Kualitas Produk : Kualitas yang ditawarkan cukup baik meskipun tidak sesuai dengan harga yang diberikan



Variasi Produk : Produk yang ditawarkan tidak begitu banyak karena hanya fokus di pneumatic.

Kualitas Layanan : Pelayanan yang diberikan kepada konsumen cukup baik oleh karyawan.

Reputasi : Sudah cukup baik dikenal oleh toko sekitar Glodok jaya.

Pemasaran : Hanya menggunakan kartu nama untuk memperkenalkan tokonya

Lahan Parkir : memadai karena gedung menyediakan lahan parkir di lantai 2-7

Budi Anugrah :

Harga Produk : Harga yang ditawarkan cukup tinggi karena merek yang ditawarkan cukup terkenal dan menggunakan produk lisensi eropa

Kualitas Produk : Kualitas yang ditawarkan cukup baik meskipun tidak sesuai dengan harga yang diberikan

Variasi Produk : Produk yang ditawarkan banyak

Kualitas Layanan : Pelayanan yang diberikan kepada konsumen baik oleh karyawan.

Reputasi : Sudah sangat dikenal oleh toko sekitar pasar jaya HWI - Lindeteves.

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

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.



Pemasaran : Hanya menggunakan kartu nama untuk memperkenalkan tokonya dan menyebarkan kepada toko-toko yang ada di wilayah Glodok.

Lahan Parkir : memadai karena meskipun gedung HWI hanya menyediakan parkir di *basement* tetapi gedung Glodok jaya menyediakan parkir yang cukup banyak

Mega Instrument :

Harga Produk : Harga yang ditawarkan cukup tinggi karena merek yang ditawarkan cukup terkenal dan mengambil barang dari toko-toko yang ada di sekitar Glodok

Kualitas Produk : Kualitas produk yang di tawarkan bagus dilihat dari merek dan kondisi barang.

Variasi Produk : Produk yang ditawarkan beragam

Kualitas Layanan : Pelayanan yang diberikan kepada konsumen baik oleh karyawan dengan menjelaskan produk yang diperlukan oleh konsumen.

Reputasi : Cukup baik meskipun toko ini baru berjalan beberapa tahun

Pemasaran : pemasaran tidak hanya menggunakan kartu nama, tetapi juga menggunakan salah satu web.

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.



Lahan Parkir : Sangat memadai karena dari rantai 2-7 lahan parkir yang ditawarkan sangat banyak

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Setelah mengetahui profil pesaing, kami dari Adi Setia Teknik baru dapat menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan cocok dalam menghadapi persaingan di industri Teknik, serta mempersiapkan strategi yang tepat untuk menghadapi pesaing baik dalam segi kualitas maupun harga. Toko Adi Setia Teknik memiliki keunggulan dalam segi kualitas, harga yang terjangkau, pelayanan yang cepat dan memuaskan, dan memberikan pelayanan pengambilan dan pengiriman barang.

Toko Adi Setia memang merupakan pendatang baru dalam dunia bisnis teknik, namun kami ingin membangun sebuah bisnis yang memiliki hubungan yang baik dengan pemasok, pelanggan, dan pekerjanya agar mereka dapat setia terhadap Adi Setia Teknik dan dapat terus bekerjasama dalam jangka waktu yang panjang.

Semoga dengan didirikannya usaha ini, kami dapat membuka lahan pekerjaan bagi masyarakat sehingga mereka dapat menjadi pekerja yang produktif. Tetapi dibalik kelebihan-kelebihan yang pemilik jabarkan diatas, pemilik sadar bahwa Toko Adi Setia Teknik tak lepas dari kekurangan layaknya masyarakat yang menekuni bisnis teknik ini yang membuat Toko Adi Setia Teknik harus berjuang sangat keras agar dapat bersaing menjadi penguasa pangsa pasar dan menggaet pelanggan baru. Karena perusahaan ini merupakan pendatang baru, namun pemilik tetap yakin bahwa dengan kerja keras, kejujuran, pikiran yang kreatif dan inovatif, serta ketekunan, Toko Adi Setia Teknik dapat menjadi pemimpin pasar.

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Faktor	bobot	Adi Setia Teknik		Fanuel Pneumatic		Budi Anugrah		Mega Instrument	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Harga Produk	0,15	4	0,6	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Kualitas Produk	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,6	3	0,6
Variasi Produk	0,15	4	0,6	2	0,3	3	0,45	3	0,45
Kualitas Layanan	0,15	3	0,45	2	0,3	3	0,45	3	0,45
Reputasi	0,15	1	0,15	3	0,45	4	0,6	2	0,3
Pemasaran	0,1	3	0,3	2	0,2	2	0,2	3	0,3
lahan parkir	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3	4	0,4
	1		3		2,6		3,05		2,95

Tabel 2.3
Toko Adi Setia Teknik
Competitive Profile Matrix

Sumber : Data Olahan

Keterangan :

- Bobot yang memiliki angka tertinggi merupakan faktor paling penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan, jika ada bobot yang sama berarti dianggap sama pentingnya.
- Total bobot yang diberikan secara keseluruhan berjumlah 1.
- Dalam pemberian peringkat, 4 = kekuatan mayor, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan mayor
- Skor adalah hasil perkalian dari bobot dan peringkat.

Pada tabel 2.3, Toko Adi Setia Teknik memiliki skor 3, yang lebih unggul dalam variasi produk dan harga yang menandakan Toko Adi Setia Teknik masih harus banyak belajar dan berkembang agar dapat melebihi pesaingnya. Jika dibandingkan dengan Fanuel Pnuematic, Toko Adi Setia Teknik memiliki

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.



keunggulan di harga produk, variasi produk dan pemasaran. Jika dibandingkan dengan Budi Anugrah, Toko Adi Setia Teknik memiliki keunggulan di harga produk, variasi produk dan pemasaran. Jika dibandingkan dengan Mega Instrument, Toko Adi Setia Teknik memiliki keunggulan di harga produk dan variasi produk.

C Segmentasi Pasar

Segmentasi merupakan faktor yang sangat penting untuk mengembangkan faktor keunggulan bersaing berdasarkan diferensiasi, biaya murah, atau fokus

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214), “Segmentasi pasar adalah membagi sebuah pasar ke dalam kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin membutuhkan produk atau layanan pemasaran yang terpisah. Melalui segmentasi pasar, perusahaan membagi pasar yang besar ke dalam segmen-segmen yang kecil, sehingga dapat dijangkau oleh perusahaan secara lebih efisien dan efektif dengan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam segmen tersebut.”

Kriteria segmen pasar adalah terukur, dapat diakses oleh, bersifat stabil, dan menguntungkan

Pasar, khususnya pasar konsumen dapat disegmentasi berdasarkan empat kelompok besar variabel, yaitu : variabel geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Pemasar harus menggunakan kombinasi dari keempat variabel tersebut untuk memperoleh cara segmentasi yang terbaik (Kotler dan Armstrong 2012: 214-221).

1 Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis (*geographic segmentation*) adalah tindakan pembagian pasar ke dalam unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, negara

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.



bagian atau provinsi, kabupaten, kota, atau wilayah lainnya (Kotler dan Armstrong 2012: 215). Alasan yang mendasari pembagian pasar berdasarkan wilayah geografis ini adalah bahwa orang-orang yang hidup di satu wilayah memiliki kebutuhan atau keinginan yang hampir sama dan kebutuhan atau keinginan itu berbeda dengan yang dimiliki oleh orang-orang dari wilayah geografis lainnya.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis (*demographic segmentation*) adalah pembagian pasar ke dalam kelompok-kelompok berbeda berdasar variabel demografis seperti umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, dan kebangsaan (Kotler dan Armstrong 2012: 215). Segmentasi pasar berdasar variabel demografis paling cocok menggambarkan kebutuhan, keinginan, dan tingkat pemakaian konsumen.

Faktor demografis selalu disertakan karena informasi demografi adalah informasi yang mudah dijangkau dan relatif lebih murah untuk mengidentifikasi target pasar. Selain itu, informasi demografi juga memberikan *insight* tentang trend yang sedang terjadi. Meski tidak dapat untuk meramalkan perilaku konsumen, demografi dapat digunakan untuk melihat perubahan permintaan aneka produk. Demografi juga dapat digunakan untuk mengevaluasi kampanye-kampanye pemasaran.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis (*psychographic segmentation*) adalah pembagian pasar ke dalam kelompok-kelompok berbeda berdasar kelas sosial, gaya hidup, atau karakteristik kepribadian (Kotler dan Armstrong 2012: 218). Variabel segmentasi ini biasanya dikombinasikan dengan variabel demografis karena seringkali terjadi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



pada orang-orang yang berada pada satu kelompok demografis memiliki ciri atau karakteristik psikografis yang berbeda. Karena itu, dalam memilih segmen pasarnya, pemasar mengkombinasikan variabel demografis dan psikografis untuk merancang strategi yang tepat.

4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi berdasar perilaku (*behavioral segmentation*) merupakan membagi pasar menjadi segmen-segmen berdasarkan pengetahuan konsumen, perilaku, penggunaan, atau respons terhadap suatu produk (Kotler dan Armstrong 2012: 220).

Berdasarkan basis-basis segmentasi tersebut Toko Adi Setia Teknik tergolong dalam segmentasi geografik fokus segmentasi yang dituju oleh Toko Adi Setia Teknik adalah perusahaan pabrik industri pengolahan plastik yang ada di daerah Jakarta dan sekitarnya. Dalam segmentasi perilaku fokus segmentasi yang dituju adalah perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang industri pengolahan plastik yang menggunakan *special porpose machine*.

D. Targeting

Penetapan target pasar (*targeting*) menurut Kotler dan Armstrong (2012:214), adalah proses mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen pasar dan memilih satu atau lebih segmen yang akan dimasuki. Maka berdasarkan segmen-segmen yang telah diraikan sebelumnya, Adi Setia Teknik menetapkan penjualan pada perusahaan industri pengolahan plastik di Jakarta dan sekitarnya yang mempunyai mesin khusus dalam memproduksi produk mereka.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Tabel 2.4
Jumlah Perusahaan Menurut SubSektor , 2001-2010

Subsektor	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
15 Makanan dan minuman	4 559	4 551	4 414	4 639	4 722	6 615	6 341	6 063	5 871	5 579
16 Tembakau	810	814	788	810	858	1 286	1 208	1 131	1 051	978
17 Tekstil	1 901	1 892	1 847	1 892	1 934	2 809	2 820	2 355	2 601	2 585
18 Pakaian jadi	2 123	2 028	1 883	1 908	1 922	3 256	2 917	2 655	2 140	1 968
19 Kulit dan barang dari kulit	564	533	512	492	491	813	764	685	669	662
20 Kayu, barang dari kayu, dan anyaman	1 668	1 629	1 450	1 411	1 325	1 782	1 648	1 435	1 252	1 237
21 Kertas dan barang dari kertas	388	340	375	394	413	526	553	477	452	505
22 Penerbitan, percetakan, dan reproduksi	537	593	545	535	545	897	789	748	695	463
23 Batu bara, minyak dan gas bumi, dan bahan bakar nuklir	48	40	54	48	52	73	96	84	73	75
24 Kimia dan barang-barang dari bahan kimia	1 089	1 014	1 003	1 020	1 011	1 179	1 151	1 082	1 089	1 084
25 Karet dan barang-barang dari plastik	1 416	1 466	1 422	1 487	1 477	1 847	1 774	1 715	1 639	1 660
26 Barang galian bukan logam	1 657	1 612	1 518	1 507	1 523	2 047	1 916	1 783	1 698	1 616
27 Logam dasar	239	223	209	230	211	276	260	237	234	256
28 Barang-barang dari logam dan peralatannya	906	930	896	880	859	1 020	981	902	913	898
29 Mesin dan perlengkapannya	529	474	390	408	410	477	436	435	409	402
30 Peralatan kantor, akuntansi, dan pengolahan data	9	9	8	7	7	10	10	9	9	10
31 Mesin listrik lainnya dan perlengkapannya	235	244	247	249	252	279	285	271	248	245
32 Radio, televisi, dan perlatan komunikasi	141	167	206	219	191	227	227	205	216	220
33 Peralatan kedokteran, alat ukur, navigasi, optik, dan jam	69	52	49	47	47	61	70	70	67	68
34 Kendaraan bermotor	216	270	256	261	262	336	302	305	283	278
35 Alat angkutan lainnya	354	329	334	323	297	380	380	333	324	326
36 Furniture dan industri pengolahan lainnya	1 914	1 898	1 855	1 856	1 865	3 135	2 914	2 569	2 409	2 191
37 Daur ulang	24	38	63	62	55	137	156	145	126	39
Jumlah	21 396	21 146	20 324	20 685	20 729	29 468	27 998	25 694	24 468	23 345

Sumber : http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?kat=2&tabel=1&daftar=1&id_subyek=09¬ab=2



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

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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.

Dari tabel 2.4 Perusahaan dalam sektor karet dan barang-barang plastik adalah salah satu perusahaan yang terbanyak yang ada di Indonesia. Kebutuhan masyarakat terhadap barang-barang plastik tidak terbatas, oleh karena itu perusahaan pabrik industri pengolahan plastik pasti akan terus memproduksi produk mereka masing-masing untuk memenuhi permintaan masyarakat. Produk-produk yang dihasilkan pasti menggunakan mesin-mesin untuk mengolahnya. Hal itu yang menyebabkan akan adanya kerusakan dalam komponen-komponen tertentu dalam mesin tersebut.

E. Positioning

Positioning menurut Kotler dan Armstrong (2012:214), adalah cara produk didefinisikan oleh konsumen terhadap atribut penting, tempat dimana produk berada dalam pikiran konsumen dibandingkan produk pesaing. *Positioning* merupakan usaha untuk menemukan suatu celah dalam benak konsumen agar konsumen mempunyai gambaran khusus terhadap produk atau jasa perusahaan. *Positioning* memegang peran penting dalam strategi pemasaran perusahaan. Dengan adanya *positioning*, perusahaan memiliki perbedaan dan keunikan tersendiri dalam benak konsumen dibandingkan pesaing perusahaan.

Kotler dan Armstrong (2009:247) menyatakan beberapa cara penempatan posisi produk yang dapat dilakukan perusahaan dalam kegiatan pemasaran produknya kepada pasar sasarannya adalah sebagai berikut:

1. Penentuan posisi menurut atribut.

Penentuan posisi ini dilakukan dengan menonjolkan atribut (ciri-ciri) produk yang lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.



2. Penentuan posisi menurut manfaat.

1. Cara ini memiliki maksud bahwa produk diposisikan sebagai pemimpin dalam suatu manfaat tertentu atau lebih dikaitkan dengan manfaat lebih yang diberikan dari suatu produk.

3. Penentuan posisi menurut penerapan dan penggunaan.

Cara ini dilakukan dengan menonjolkan seperangkat nilai penggunaan dan penerapan sebagai unsur yang ditonjolkan dibandingkan pesaingnya.

4. Penentuan posisi menurut pemakai.

Memposisikan produk sebagai yang terbaik untuk sejumlah kelompok pemakai atau dengan kata lain produk lebih ditunjukkan pada sebuah komunitas atau lebih.

5. Penentuan posisi menurut pesaing.

Produk secara keseluruhan menonjolkan nama mereknya secara utuh dan diposisikan lebih baik daripada pesaing.

6. Penentuan posisi menurut kategori produk.

Cara ini dilakukan dengan memposisikan produk sebagai pemimpin dalam kategori produk.

7. Penentuan posisi menurut harga.

Cara ini berusaha menciptakan kesan atau citra berkualitas tinggi lewat harga tinggi atau sebaliknya menekan harga murah sebagai indikator nilai. Produk diposisikan memberikan nilai terbaik.

Dari beberapa cara penempatan posisi produk, Produk yang akan dijual oleh Toko Adi Setia Teknik adalah produk yang berasal dari Taiwan yang dapat bersaing dengan produk Jerman ataupun dari Jepang. Produk yang ditawarkan oleh Adi Setia Teknik adalah produk-produk yang berfungsi untuk mengontrol mesin-mesin yang ada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



di suatu pabrik agar dapat berfungsi secara maksimal. Produk-produk yang akan dijual oleh Toko Adi Setia Teknik adalah produk *controlling* yang akan digunakan oleh pabrik-pabrik industri, seperti industri pengolahan plastik. Produk yang dipasarkan akan langsung diimpor dari Taiwan dan akan memiliki ISO. Oleh karena itu produk yang ditawarkan akan memiliki kualitas yang dapat bersaing dengan produk-produk Jerman atau Jepang. Banyaknya jenis sparepart yang ada dibutuhkan oleh konsumen, maka perusahaan akan berusaha untuk menyediakan produk yang sesuai dengan permintaan konsumen. Dan akan mengimpor barang dalam kuantitas yang banyak.

F. Ramalan Industri dan Pasar

Peramalan adalah suatu proses dalam memperkirakan permintaan masa depan dengan mengantisipasi apa yang mungkin dilakukan oleh pembeli di bawah seperangkat masa depan tertentu. Ramalan Industri yang akurat sangatlah penting dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Pengurangan biaya dapat dicapai dengan meramalkan penjualan secara lebih akurat daripada pesaing lainnya.

Permintaan adalah keinginan dari pembeli atas suatu produk yang didukung oleh daya beli. Tanpa daya beli, tidak akan tercipta suatu permintaan karena adanya hanya keinginan untuk membeli saja.

Berdasarkan pendapat para ahli sebelumnya, penulis menarik kesimpulan bahwa pasar adalah sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan interaksi atas suatu jasa atau produk tertentu untuk mencapai harga keseimbangan. Terdapat lima jenis pasar konsumen menurut Kotler dan Keller (2012:31), yaitu:



1. Pasar bisnis

Pasar bisnis adalah organisasi yang membeli barang dan jasa untuk digunakan dalam memproduksi barang dan jasa lain yang dijual, disewakan, atau dipasok kepada pihak lain.

2. Pasar konsumen

Pasar konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau mendapatkan barang dan jasa untuk dikonsumsi langsung sebagai pengguna akhir.

Produk yang kita jual untuk kelompok pasar ini disebut dengan produk konsumen (*consumer goods*).

3. Pasar pemerintah

Pasar pemerintah adalah pasar yang terdiri dari lembaga pemerintah yang membeli barang dan jasa untuk menyediakan fasilitas umum atau mengalihkan barang dan jasa kepada pihak lain yang membutuhkan.

4. Pasar internasional

Pasar internasional adalah pasar yang terdiri dari pembeli di luar negeri, yang meliputi pelanggan, produsen, penjual perantara, dan pemerintah.

Keempat tipe pasar mempunyai karakteristik tersendiri yang memerlukan penelitian cermat dari penjual. Setelah melihat jenis pasar diatas, penulis dapat mengatakan bahwa Toko Adi Setia Teknik saat ini melayani konsumen karena produk yang dijual merupakan produk yang digunakan oleh konsumen akhir, yaitu perusahaan pabrik pengolah plastik. Mesin-mesin yang ada di setiap pabrik pengolahan plastik pasti memiliki fungsi yang berbeda-beda, seperti mesin penghancur hancur plastik, mesin pembuat biji plastik, dan mesin pencetak plastik. Alat-alat tersebut pasti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

memiliki alat yang digunakan untuk mengontrol mesin itu agar dapat bekerja secara stabil dan maksimal. Dan ada beberapa mesin khusus yang digunakan secara bertahap dari satu mesin ke mesin selanjutnya. Oleh karena itu setiap mesin harus terus dikontrol agar tidak mengganggu aktivitas produksi.

G. Analisis SWOT

Dalam memilih strategi yang diterapkan perusahaan maka perusahaan harus melakukan penilaian SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analisis dan awal. Berikut ini adalah analisis SWOT Toko Adi Setia Teknik:

1. Strengths

a. Produk yang berkualitas

Produk yang ditawarkan oleh perusahaan memiliki kualitas yang dijamin dapat bersaing dengan produk yang ada di pasaran. Produk yang ditawarkan akan diimpor langsung dari Taiwan. Oleh karena itu produk-produk yang akan dipasarkan dapat dijamin kualitasnya karena teknologi negara Taiwan yang mendukung produk *spare part* cukup tinggi. Setiap produk yang diproduksi di sana memiliki standar produk yang berkualitas karena berdasarkan ISO.

b. Harga bersaing

Harga yang ditawarkan tidak melebihi pesaing, atau bahkan lebih murah. Produk-produk *spare part* yang beredar di Jakarta dan sekitarnya rata-rata merupakan produk yang berasal dari Eropa dan Jepang. Produk-produk tersebut juga memiliki kualitas yang tinggi, oleh sebab itu harga yang ditawarkan ke





konsumen juga tinggi. Produk yang memiliki biaya paling rendah bisa dijual sampai dengan Rp.200.000,- sedangkan produk Taiwan hanya sekitar Rp.100.000,-, dengan kualitas yang relatif sama.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- c. Pemilik perusahaan memiliki pengetahuan yang cukup baik terhadap produk. Produk-produk yang ditawarkan merupakan permintaan dari konsumen yang telah disurvei langsung selama pemilik memiliki pengalaman dalam bidang ini. Banyaknya permintaan konsumen atas suatu produk membuat perusahaan berusaha menyediakan *spare part* yang dibutuhkan oleh konsumen. Perusahaan juga mencari produk-produk *spare part* ini melalui internet dan juga pameran-pameran industri yang ada di dalam maupun di luar negeri.

2. Weaknesses

- a. Dana yang terbatas

Perusahaan belum dapat menyediakan barang dalam jumlah yang banyak dalam suatu waktu tertentu. Karena banyaknya jenis barang dan kebutuhan konsumen dalam jumlah dan waktu tertentu belum dapat diprediksi secara mendetail. Dana yang terbatas juga membuat pemilik harus sangat berhati-hati dalam mengambil keputusan mengenai pengeluaran dana.

- b. Merupakan bisnis dengan nama baru

Nama perusahaan belum dikenal karena Toko Adi Setia Teknik adalah perusahaan baru. Perusahaan dengan nama baru untuk berkembang cukup sulit karena perusahaan lain belum tentu percaya begitu saja dengan produk yang

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.



kami tawarkan. Berbeda dengan perusahaan yang sudah memiliki “nama” yang pasti akan langsung dipercaya oleh konsumen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c. Belum memiliki jejaring bisnis

Belum adanya pelanggan tetap yang merupakan penopang keberlangsungan hidup perusahaan. Adi Setia Teknik merupakan perusahaan baru yang tidak akan langsung dipercaya oleh konsumen. Konsumen akan lebih memilih perusahaan langganannya sendiri.

3. Opportunities

a. Pesaing di dalam bisnis ini masih tergolong sedikit

Masih sangat sedikit toko-toko di Glodok yang bergerak dalam bidang *spare part* ini. Toko-toko yang ada di Glodok lebih banyak yang bergerak dalam bidang listrik, genset dan *tools*. Ini yang menjadikan bisnis ini memiliki peluang yang cukup tinggi untuk berkembang dibandingkan dengan toko-toko lain yang bergerak dalam bidang listrik, genset, dan *tools*.

b. Perkembangan industri pengolah plastik di Jakarta dan sekitarnya

Industri di wilayah Jakarta dan sekitarnya yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Banyak perusahaan yang terus bermunculan dalam industri pengolahan plastik menjadikan bisnis ini pasti akan berkembang dari waktu ke waktu. Hal itu karena dalam pabrik industri pasti ada jam kerja yang diatur oleh perusahaan, oleh karena itu mesin-mesin yang sedang digunakan tidak boleh mengalami kerusakan atau berhenti. Jika hal tersebut terjadi maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian

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.



- c. Kebutuhan pasar dalam produk ini tergolong besar
- Masih sedikitnya permintaan yang dapat dipenuhi oleh perusahaan-perusahaan yang ada di Jakarta dan sekitarnya. Masih sedikitnya perusahaan yang bergerak dalam bidang ini yang membuat permintaan konsumen belum terpenuhi. Perusahaan industri pengolahan plastik yang cukup banyak di Jakarta dan sekitarnya yang membuat permintaan yang cukup tinggi dalam bisnis ini

4. *Treats*

- a. Harga kurs yang tidak stabil

Kenaikan atau penurunan nilai mata uang berdampak pada pembelian dan penjualan produk. Kenaikan nilai mata uang yang mengakibatkan kenaikan harga di berbagai sektor. Hal yang paling berpengaruh adalah harga produk. Karena produk yang dibeli menggunakan mata uang dollar yang kita tahu bahwa semakin lama nilai mata uang dollar yang terus meningkat dan membuat nilai mata uang rupiah terus melemah.

- b. Masuknya produk yang sama dari Jepang dan Eropa

Adanya produk yang sama dari Eropa dan Jepang akan berpengaruh kepada cara pandang masyarakat, karena masyarakat sebagian besar menilai bahwa produk *spare part* yang diproduksi di Jepang dan Eropa merupakan produk yang memiliki kualitas yang tinggi. Hal tersebut secara tidak langsung akan berdampak pada penjualan *spare part* yang Adi Setia Teknik pasarkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Tabel 2.5
Matrix SWOT

<p>© Hak cipta milik IBIKKG (Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang menyalin, memperbanyak, atau mendistribusikan 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.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang berkualitas 2. Harga yang cukup bersaing 3. Pemilik perusahaan memiliki pengetahuan yang cukup baik terhadap produk 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dana yang terbatas 2. Merupakan bisnis dengan nama baru 3. Belum memiliki jejaring bisnis 	
	<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing di dalam bisnis ini masih tergolong sedikit 2. Berkembangnya industri barang dari plastik. 3. Kebutuhan pasar dalam produk ini tergolong besar 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilik terus mencari apa <i>spare part apa saja</i> yang dibutuhkan oleh konsumen (S3, O2) 2. Mengembangkan pasar melalui promosi yang yg agresif (S1, S2,O2) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan penjualan (W3,O1,O2)
	<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga kurs yang tidak stabil 2. Masuknya Produk yang sama dari Jepang dan Eropa 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Integrasi yang kuat ke depan dengan pabrik pengolahan plastik (S1, S2,T1) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan loyalitas pelanggan dengan melakukan Integrasi yang kuat ke depan dengan pabrik (W1,W3,T2)