KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

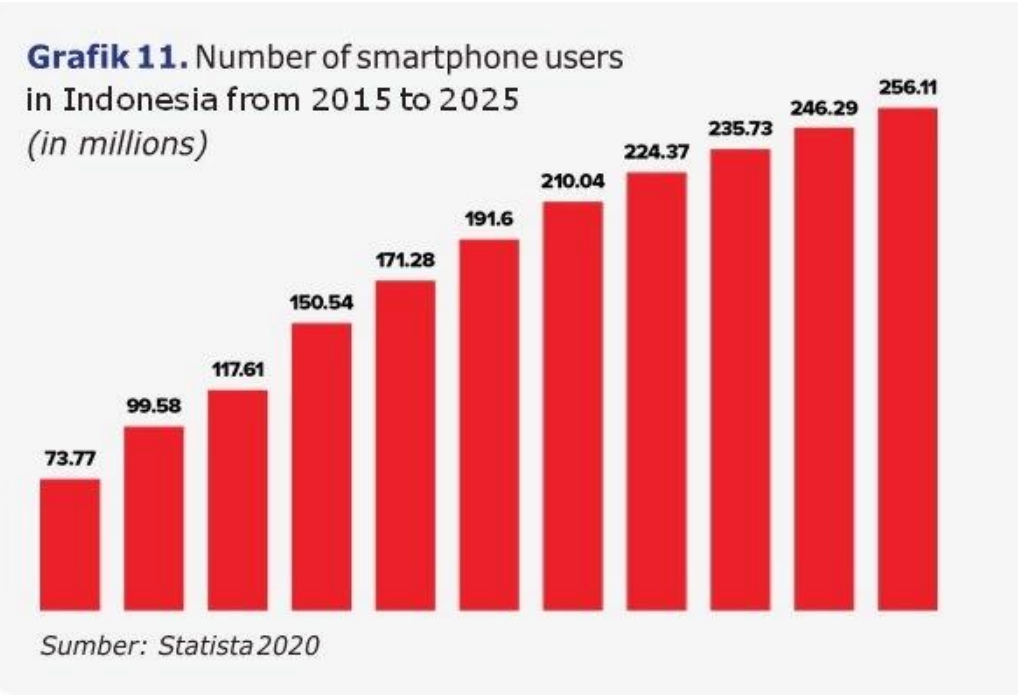
3.1 Tren dan Pertumbuhan Industri

Untuk melihat seberapa besar peluang dalam menjalankan suatu bisnis maka dibutuhkan Analisa tren dan pertumbuhan industry terlebih dahulu. Dengan melakukan Analisa yang tepat kita dapat melihat gambaran usaha yang kita jalankan kedepanya sehingga pertumbuhan industry yang semakin baik akan menghasilkan peluang yang besar untuk bisnis yang dijalani.

Handphone saat ini sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi Sebagian orang. *Handphone* juga sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian masyarakat termasuk Indonesia. mulai dari kalangan bawah sampai kalangan atas *Handphone* sudah menjadi kebutuhan untuk mereka (Cordobo.2009). Di Indonesia pengguna *Handphone* sudah tercatat sebanyak 281jt pengguna di tahun 2016 (goodnewsfromindonesia. 2016). Penjualan *Handphone* yang selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun disebabkan karena harga *Handphone* yang semakin murah dan beragam fasilitas yang diberikan oleh para kompetitor – kompetitor *Handphone*. Ditambah lagi di tahun 2020 pada masa pandemic segala kegiatan yang dilakukan harus dengan *online*. sehingga dimasa pandemic sekalipun penjualan *Handphone* di tahun 2020 tetap meningkat. Hanya saja peningkatan penjualan *Handphone* di tahun 2020 tidak terlalu tinggi dikarenakan akses impor barang yang dibatasi pemerintah pada masa pandemic ini.

Gambar 3.1

Grafik Pengguna *Handphone* di Indonesia



Sumber : Statista. Data diolah. (12/8/2020)

Dapat dilihat di gambar 3.1 yang menunjukan pertumbuhan pengguna *Handphone* di Indonesia selalu mengalami kenaikan dari tahun 2015 – 2020 bahkan di tahun 2021 – 2025 pun sudah diprediksikan akan mengalami kenaikan lagi. Pertumbuhan dari tahun 2015 sampai tahun 2020 yang mengalami kenaikan sebesar 8.5% - 28% setiap tahunya. Dan di prediksi pada tahun 2021 – 2025 akan mengalami kenaikan sebesar 10% - 11% setiap tahunya.

3.2 Analisis Pesaing

Analisis pesaing merupakan salah satu strategi kita dalam melihat kualitas para kompetitor dengan menilai kelemahan dan keunggulan dari setiap pesaing. Dalam hal ini. konsep pasar mampu memberikan gambaran mengenai tingkat pesaing aktual lebih baik

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (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.

(Kotler &amp. Keller. 2016). Dalam bersaing dengan para kompetitor kita pun harus memilihi strategi dan tujuan yang ingin kita gapai agar kita dapat bersaing di pasar. Penulis melihat adanya 2 kompetitor *Derwil Cell* yaitu toko Kriss Cell dan OK Phone. Alasan penulis memilih dua toko tersebut karena produk yang dijual sejenis dan lokasi usaha yang sama yaitu di Mall Giant Bekasi Barat.

Tabel 3.1

Analisis Kekuatan dan Kelemahan Pesaing

Pesaing	Kelebihan	Kelemahan
Toko *Kriss Cell*	Jumlah produk *Handphone* yang banyak	Kekurangan karyawan
	Memiliki langganan yang banyak	Harga produk yang realive tinggi
	Sudah didirikan dari tahun 2013	Jam buka toko yang siang
	Memiliki letak tempat yang strategis	Tidak menjual berbagai macam aksessoris *Handphone*
Toko *OK Phone*	Desain toko yang bagus dan menarik	Tidak memberikan promo-promo menarik
	Letak toko yang strategis	Tidak mempromosikan produk dengan media sosial
	Menjual dengan harga yang relativ murah dan bersaing	Tidak menjual berbagai macam aksesoris *Handphone*
	Memiliki 2 cabang toko	

Sumber : Data diolah penulis (1/5/22)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

3.3 Analisis PESTEL

© 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.

a. Politik

Dalam sebuah usaha terdapat berbagai lingkungan yang dapat mempengaruhi secara langsung usaha tersebut. Salah satu lingkungan yang dapat berpengaruh secara langsung adalah lingkungan eksternal. Metode yang digunakan untuk menganalisis lingkungan tersebut adalah metode analisis PESTEL. Analisis PESTEL merupakan teknik yang digunakan untuk menganalisis lingkungan eksternal dari sebuah usaha yang berupa lingkungan politik. ekonomi. sosial. teknologi. lingkungan umum dan legalitas (Milani. 2019 : 37) .

Sampai saat ini pangsa pasar *Handphone* di Indonesia masih dikuasai produk – produk asing luar negeri seperti *Samsung.Oppo.Vivo. Xiaomi* dan *Iphone*. Karena mudahnya barang asing berupa *Handphone* masuk ke Indonesia Kementerian Perdagangan. Kementerian Perindustrian. dan Kementerian Komunikasi dan Informatika menerapkan peraturan pembatasan *IMEI* dalam rangka tertib niaga perangkat *Handphone*. komputer. dan tablet (HKT) yang bertujuan melindungi konsumen dari perangkat yang tidak aman dan tidak berkualitas. (kominfo, 2022). Kebijakan pemerintahan tersebut dibuat agar produk - produk *Black Market* dan barang distributor tidak bisa lagi diperjual belikan di Indonesia dan pasar *Handphone* yang di perjual belikan di Indonesia merupakan barang resmi dan bukan barang BM dan barang distributor.

Kebijakan pemerintah dalam membatasi *IMEI* dari perangkat *Handphone* di Indonesia tentunya memberikan dampak positif untuk toko *Derwil Cell* karena toko Derwill Cell menjual barang - barang yang bergaransi resmi dan berkualitas. Dari kondisi politik yang baik dan kebijakan pemerintah yang mendorong penjualan

Handphone resmi maka toko *Derwil Cell* akan menjadi bisnis yang dapat berjalan dalam aspek politik nya.

b. Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia di tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 3.7%. Pertumbuhan ekonomi ini merupakan proses dari pemulihan dari masa pandemic virus *covid -19* yang melanda Indonesia menurut (sri, 2022). Angka pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami pertumbuhan setiap triwulanya dari 3.7% - 4%. Pertumbuhan ekonomi Indonesia di tahun 2022 juga diperkirakan akan mengalami peningkatan sebesar 5.2% menurut *world bank.* dan menurut IMF 5.9%. (Limanesto.2021). Pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang semakin meningkat ini karena factor pemulihan ekonomi.

Dengan adanya pertumbuhan ekonomi di Indonesia diperkirakan penjualan toko *Derwil Cell* pun akan meningkat seiring peningkatan kondisi ekonomi di Indonesia. dan diharapkan dengan pertumbuhan ekonomi di Indonesia ini akan memberikan kondisi bisnis yang lebih stabil ke toko *Derwil Cell* Namun demikian. pemulihan ekonomi ini juga lebih didorong dengan hadirnya kreativitas. inovasi dan pemberian nilai lebih yang harus dilakukan oleh sebuah bisnis.

c. Sosial

Seiring bertambahnya pertumbuhan penduduk di Indonesia yang selalu meningkat dari tahun ke tahunya. hal ini tentunya akan berdampak bagi usaha *Derwil Cell* dengan populasi manusia yang meningkat di tambah lagi *Handphone* pada saat ini sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi kalangan anak kecil hingga orang tua. Hal ini menciptakan keoptimisan bagi penulis akan daya beli *Handphone* yang akan selalu meningkat seiring pertumbuhan penduduk. Ditambah lagi pada saat ini kegiatan – kegiatan seperti sekolah. kantor. atau pekerjaan lainya.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

dilakukan secara dalam jaringan (*Daring).* Sehingga daya beli *Handphone* pun meningkat karena masyarakat membutuhkan *Handphone* yang memiliki kapasitas yang cukup dalam menjalankan proses *daring* tersebut.

Salah faktor utama dari kondisi sosial merupakan gaya konsumsi. Gaya konsumsi yang semakin terasa pada masyarakat adalah adanya perhatian lebih terhadap nilai dari produk yang didapat. dibandingkan produk itu sendiri. Dengan gaya konsumsi pembeli di daerah Bekasi yang selalu menginginkan *Handphone* dengan kualitas tinggi dengan harga yang murah tentunya akan berdampak baik bagi toko *Derwil Cell* karena pada saat ini kompetitor – kompetitor dari merek *Handphone* selalu bersaing dalam membuat *Handphone* dengan harga ekonomis dengan kualitas tinggi yang memang di targetkan untuk konsumen menengah sampai menengah kebawah. Seperti contohnya merek *Handphone Infinix* yang dapat memberikan speksifikasi handhone tinggi dengan harga yang dibawah pasaran kompetitornya seperti *Oppo* dan *Vivo*.

d.Teknologi

Perkembangan teknologi di Indonesia sendiri sudah terbilang maju dan dengan teknologi yang semakin berkembang juga membawa dampak yang baik kepada masyarakat dengan adanya teknologi yang semakin berkembang juga dapat membantu dalam mempermudah dan mempercepat berbagai aktivitas manusia di berbagai bidang kehidupan. Dalam berbisis contohnya. di era digital ini muncul banyak aplikasi dalam media sosial dan juga *platform E-commerce* untuk berbisnis *online*. Dengan kemajuan teknologi ini tentunya akan dimanfaatkan oleh toko *Derwil Cell* dalam melakukan promosi melalui media *social* seperti *Instagram. Facebook.* dan *WhatsApp*. *Derwil Cell* juga akan memanfaatkan *platform E-commerce* seperti *Shoppe. Lazada. dan Jd.id*. *Derwil Cell* akan menggunakan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

ketiga *E-commerce* untuk memperbesar cangkupan pasar toko *Derwil Cell* sehingga tidak hanya menjual produk untuk masyarakat sekitar Bekasi saja. dengan cangkupan pasar yang luas *Derwil Cell* juga dapat menjual *Handphone* sampai keluar kota.

e. Environment / Lingkungan

Faktor lingkungan merupakan faktor yang penting dan harus diperhatikan dalam menentukan tempat usaha. Calon pendiri usahapun harus melakukan analisa tempat dan mengambil keputusan yang tepat dalam memilih tempat usahanya dalam rangka meningkatkan efektivitas usaha.

Penulis merencanakan membuka usaha *Derwil Cell* di dalam mall Bekasi Trade Center. Bekasi Timur. Dalam aspek penempatan toko penulis menilai Mall BTC merupakan tempat yang sesuai untuk membuka usaha ritel *Handphone* dengan minat beli *Handphone* yang masih tinggi di Mall tersebut. kendala yang penulis lihat kedepanya adalah lokasi supplier *Handphone* yang memiliki jarak yang jauh dengan mall BTC sehingga untuk melakukan order barang akan memakan waktu yang cukup lama dan tidak bisa instan.

f. Legal

Faktor legalitas yang paling umum dalam membuat suatu bisnis atau usaha adalah bentuk legalitas berupa SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan). SIUP merupakan surat ijin yang diberikan kepada suatu badan usaha untuk dapat melakukan kegiatan usaha perdagangan. Peraturan baru dari pengenaan pajak ini terfokus pada PPh sebesar 0.5% dari omset tahunan untuk nilai omset tahunan di bawah 4.8 milyar rupiah. Dengan peraturan yang di tetapkan maka *Derwil Cell* harus mengikuti dan mematuhi terhadap perpajakan agar tidak terjadi nya penumpukan pajak.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Selain peraturan PPh. diprediksikan di tahun 2022 akan mengalami peningkatan PPN sebesar 11% hingga 12% pada tahun 2025. Dengan kenaikan PPN ini tentunya akan berdampak kepada toko *Derwil Cell* seperti peningkatan biaya produksi dan juga peningkatan harga produk. Hal ini mampu memberi dampak langsung terutama pada *Derwil Cell* yang bergerak pada bidang bisnis ritel.

Tabel 3.2

Identifikasi PESTEL

No.	Politik	Ekonomi	Sosial	Teknologi	Lingkungan	Legal
1	Kebijakan Pembatasan *IMEI Handphone*	Petumbuhan ekonomi sebesar 5%.	Gaya konsumsi masyarakat daerah Bekasi Timur	Berkembangnya teknologi dapat mempermudah memperbesar pasar melalui *E-commerce*	Penempatan toko *Derwil Cell* dengan lokasi toko suplier	Peraturan peningkatan PPH sebesar 11% - 12%

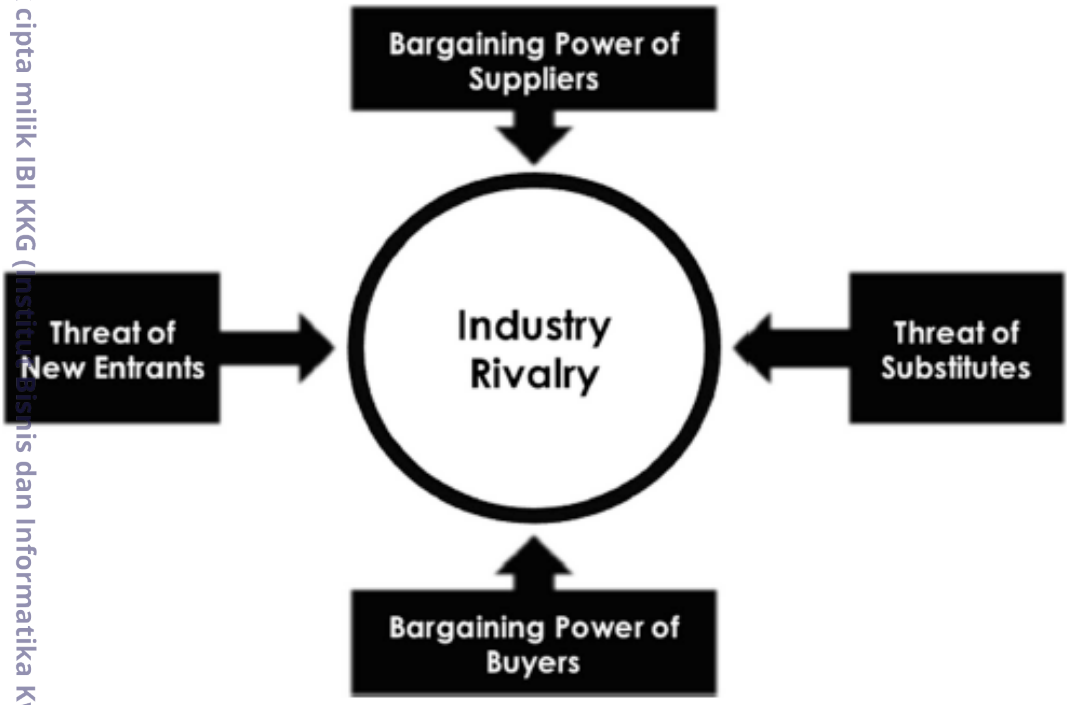
3.4 Analisis Lima Kekuatan Persaingan Model Porter

Analisis pesaing merupakan aspek yang sangat penting dalam mengindentifikasi kekuatan.kelemahan.peluang.ancaman. dan tujuan dari para pesaing atau kompetitor. Analisis lima kekuatan persaingan model Porter merupakan analisis yang dapat digunakan oleh sebuah perusahaan untuk memahami kemampuan bersaing perusahaan tersebut terutama dalam aspek peluang dan hambatan yang dimiliki.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 3.3



Komponen Lima Kekuatan Persaingan Porter

Sumber : Porter dalam Milani. 2019

Setiap bagian dari 5 aspek tersebut memiliki dampak terhadap lingkungan mikro dari usaha yang sedang dijalankan. Hal ini ditujukan untuk mengetahui relevansi dampak dari kehadiran faktor lingkungan pesaing bagi perusahaan (Refiasari & Hijriani. 2019). Berikut adalah 5 analisis pesaing toko *Derwil Cell* :

a. Persaingan Antar Perusahaan Yang Ada

Setelah melakukan analisa pesaing penulis menemukan dua toko yang merupakan pesaing bagi toko *Derwil Cell* yaitu toko *Kriss Cell* dan *OK phone*. Masing masing dari toko pesaing tersebut memiliki kelebihan nya masing masing. ditambah lagi kompetitor ini sudah memiliki banyak pelanggan tetap. Hal ini tentunya akan menjadi persaingan yang cukup ketat dimana toko *Derwil Cell*

merupakan toko *Handphone* yang baru dan harus bersaing dengan para kompetitor yang sudah memiliki nama dan sudah lama membuka tokonya di mall BTC

b. Ancaman Pendatang Baru

Persaingan akan menjadi semakin meningkat ketika pesaing baru dapat dengan mudah memasuki suatu pasar atau industri. Bisnis ritel *Handphone* termasuk kedalam bisnis yang sulit dimasuki karena untuk membuka bisni ritel *Handphone* harus diperlukan modal usaha yang besar seperti modal sewa tempat dan juga modal stok *Handphone* yang besar. Mendirikan bisnis ritel *Handphone* juga memiliki dasar pengetahuan atau produk *knowledge* yang baik mengingat setiap *Handphone* memiliki speksifikasi dan kegunaanya yang berbeda – beda. dan juga pemilik usaha diwajibkan mempunyai *public speaking* yang bagus agar dapat meyakinkan kepada pembeli tentang produk yang dibelinya. Maka dari itu ancaman pendatang baru dari toko *offline* tidak terlalu berdampak kepada *Derwil Cell* karena untuk memasuki pasar *Handphone* terbilang rumit.

Karena pangsa pasar *Handphone* yang sangat luas. bisnis ritel *Handphone* juga diperjual belikan di dalam *E-commerce*. sehingga membuat persaingan toko *Derwil Cell* tidak hanya dengan toko ritel tetapi juga bersaing dengan toko *online* juga. Berkembangnya jumlah pengusaha- pengusaha kecil yang bergerak secara *online* ini dapat menjadi ancaman yang cukup serius bagi toko *Derwil Cell* karena perang harga yang cenderung dibawah harga pasar. sehingga membuat pembeli memutuskan untuk membeli *Handphone* di toko *online* dibanding dengan toko *offline* karena harga yang dijual cenderung lebih murah dengan toko *offline*.

c. Kekuatan Daya Tawar Pemasok

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (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.

Daya tawar pemasok merupakan hal yang paling berpengaruh dalam berjalanya suatu bisnis. pemasok dan produsen memiliki hubungan yang menguntungkan untuk kedua belah pihak sehingga menciptakan sebuah ketergantungan terhadap pemasok. *Derwil Cell* memiliki pemasok resmi dari *Oppo. Vivo.* dan *Redmi* sebagai pemasok inti dari toko *Derwil Cell*. Sedangkan produk tambahan lainya *Derwil Cell* memiliki 3 agen distributor *Handphone* yang terletak di mall *SGC* yang berlokasi di kota Cikarang. pemasok lainya berlokasi di Jakarta tepatnya di Mall *ITC* Cempaka Mas. dan pemasok terakhir berlokasi di Mall *Giant* Bekasi Barat.

Perpindahan pemasok juga tidak memiliki perbedaan harga yang signifikan dikarenakan setiap pemasok sudah memiliki keunggulan harga masing masing dari setiap produk yang dijual ke produsen.

d.Kekuatan Daya Tawar Konsumen

Daya tawar konsumen merupakan daya tawar dari pembeli yang biasa dikaitakan dengan kualitas harga dan produk yang ingin dibeli oleh konsumen. Penawaran konsumen akan menjadi tinggi Ketika produk yang di cari memiliki banyak preferensi dan tersedia di toko lain yang menyebabkan daya tawar konsumen meningkat. Sedangkan daya tawar rendah sebaliknya. Ketika konsumen tidak memiliki banyak preferensi terhadap produk yang ingin dibeli sehingga konsumen akan bergantung pada satu perusahaan sehingga menyebabkan penwaran konsumen akan menjadi rendah.

Penulis melihat bahwasanya daya tawar pembeli terhadap *Derwil Cell* termasuk dalam jenis daya tawar yang sedang atau berada di tengah. karena daya tawar toko Derwill Cell dipengaruhi dengan perbedaan demografis umur. Seperti contoh konsumen yang berumur 20 – 30 tahun yang mayoritasnya sudah mencari

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (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.

info tentang spesifikasi dan harga pasar dari *Handphone* yang ingin dibeli. sehingga menyebabkan daya tawar harga yang tinggi. Berbeda dengan konsumen yang berumur 30 tahun keatas yang mayoritasnya tidak terlalu memahami akan produk *Handphone* yang dibutuhkan dan tidak melakukan riset harga *Handphone* yang sesuai dengan kebutuhanya. sehingga faktor tersebut yang akan membuat daya tawar konsumen yang rendah.

e. Ancaman Produk Pengganti

Derwil Cell merupakan toko bisnis ritel *Handphone* yang menjual berbagai merek *Handphone* ternama seperti *Samsung. Xiaomi. Oppo. Realme*.dan *Vivo*. ancaman produk pengganti untuk *Derwil Cell* tidak terlalu berpengaruh dan dinilai dengan ancaman yang rendah. Dikarenakan *Derwil Cell* merupakan bisnis ritel yang memiliki kemudahan dalam dalam melakukan pengambilan barang. sehingga jika ada produk pengganti yang memiliki penjualan pasar yang baik dan dapat bersaing dengan merek – merek *Handphone* ternama. *Derwil Cell* bisa dengan mudah untuk melakukan suplai barang tersebut.

3.5 Analisis Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix*)

Analisis CPM merupakan analisi yang dapat berguna untuk mengidentifikasi posisi persaingan *relative* sebuah perusahaan jika dibandingkan dengan pesaing kunci dari perusahaan tersebut (Rangkuti.2020). Dalam melakukan Analisa penulis menggunakan bobot nilai dari 1 sampai 4. Rating dari 1-4 ditujukan untuk memberikan kondisi perusahaan berdasarkan faktor strategis terhadap perusahaan lainnya. Hasil bobot dan rating dikalikan untuk mendapatkan hasil bobot skor yang kemudian akan diakumulasikan untuk menghasilkan skor CPM yang akan dibandingkan dengan perusahaan pesaing kunci.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.3

Kekuatan dan Kelemahan Pesaing (CPM)

Faktor Kunci Sukses	Bobot	*Derwil Cell*		*OK Phone*		*Kriss Cell*	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Tampilan Toko	0.13	2	0.26	2	0.26	2	0.26
Harga Kompetitif	0.15	4	0.6	4	0.6	3	0.45
Promo menarik	0.14	4	0.56	2	0.28	3	0.42
Pelayanan yang Baik	0.15	4	0.6	4	0.6	4	0.6
Kelengkapan varian Produk	0.15	4	0.6	3	0.45	4	0.6
Pemasaran Menggunakan media sosial	0.13	3	0.39	2	0.26	4	0.52
Loyalitas Konsumen	0.15	2	0.3	4	0.6	4	0.6
TOTAL	1		3.31		3.05		3.45

Sumber : Data Kuisioner. 2021

Hasil dari data diatas menunjukan bahwa toko *Derwil Cell* dapat bersaing dengan kedua toko pesaing kunci OK Phone dan Kriss Cell. Toko *Derwil Cell* menduduki peringkat kedua dengan memperoleh total nilai 3.31 dan unggul dengan toko OK Phone dengan nilai 3.05. Walaupun OK Phone menduduki peringkat terendah namun tetap memiliki keunggulanya dalam bidang loyalitas konsumen. Toko Kriss Cell menduduki peringkat pertama dengan memperoleh nilai 3.45 dan merupakan pesaing yang kuat untuk toko *Derwil Cell* karena memiliki umur usaha yang lama ditambah lagi nilai loyalitas konsumen yang tinggi. Hasil dari data diolah diatas merupakan gambaran dari kelemahan dan kelebihan dari ketiga toko tersebut. yang dimana kelemahan tersebut bisa diperbaiki dan dijadikan motivasi untuk mengembangkan performa toko dan perkembangan kualitas toko.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Analisis *SWOT* merupakan salah satu analisis elemen yang terutama dalam taktis manajemen bagi perusahaan ataupun organisasi (Robinson dan Pearch). Analisis *SWOT* meliputi beberapa unsur dalam perusahaan dimana unsur – unsur membahas tentang kekuatan dan kelemahan dari suatu perusahaan atau organisasi. Ketahanan dan kekurangan tersebut akan disamakan dengan intimidasi luar dan harapan menjadi aturan untuk memperoleh pilihan ataupun preferensi taktis lain. Menurut pendapat dari Jogiyanto. analisis swot merupakan suatu pengukuran atas ketahanan dan kekurangan dari semua aspekbentuk sumberdaya yang dipunyai oleh perusahaan ataupun organisasi tersebut. Kondisi tersebut juga meliputi semua bentuk provokasi yang akan diarahi dan harapan diluar ataupun didalam ke depannya (Jogiyanto).

Terdapat 4 aspek yang di bahas dalam analisis *SWOT*. *Strengths* (S) adalah kondisi yang menggambarkan kekuatan perusahaan yang dapat menjadi keunggulan bersaing. *Weaknesses* (W) adalah kondisi yang menggambarkan kelemahan perusahaan yang dapat melemahkan daya saing perusahaan. *Opportunities*(O) adalah gambaran kondisi eksternal atau dari luar perusahaan yang dapat menjadi peluang untuk memenuhi visi. misi. dan tujuan perusahaan. *Threats* (T) adalah gambaran kondisi eksternal atau dari luar perusahaan yang dapat menjadi ancaman bagi perusahaan sebagai faktor yang menyebabkan kemunduruan dalam menjalankan usaha. Berikut adalah analisis *SWOT* dari toko *Derwil Cell*

a. *Sternght* (Kekuatan)

1) Promo yang Menarik

Derwil Cell memberikan promo yang menarik yang berguna untuk meningkatkan penjualan toko. *Derwil Cell* memberikan promo membeli

Handphone gratis *tempered glass* dan *casing* pelindung *Handphone*. Dan juga *Derwil Cell* memberikan promo yang menarik guna untuk membuat pelanggan melakukan pembelian ulang ke toko *Derwil Cell*. dengan memberikan hadiah 1 *unit Handphone* jika sudah melakukan pembelian *Handphone* sebanyak 5 *unit* di toko *Derwil Cell*.

2) Kelengkapan Varian Produk

Derwil Cell menjual berbagai merek *Handphone* bergaransi Resmi dan ternama mulai dari *Samsung.Oppo.Vivo.Xiaomi.Infinix.Nokia.Realme*. Dan tidak hanya menjual *Handphone* saja *Derwil Cell* juga menjual berbagai macam aksesori *Handphone* seperti casan. anti gores. *silicon Handphone*. *headset*. dan *powerbank*. Dengan menjual berbagai macam aksesoris *Handphone* membuat *Derwil Cell* lebih unggul dari para kompetitor – kompetitor.

3) Pelayanan yang Baik

Aspek yang dapat mendorong terjadi nya pembelian adalah pelayanan kepada calon pembeli. *Derwil Cell* menerapkanya dengan mampu memberikan layanan yang maksimal dan memberikan informasi mengenai produk apa saja yang cocok sehingga dapat memenuhi kebutuhan dari calon pembeli. Sehingga dengan pelayanan dan informasi yang diberikan kepada calon pembeli. akan menimbul rasa keyakinan denga produk yang dibeli.

4) Harga yang Kompetitif

Daya tawar pemasok yang rendah memberikan peluang yang baik untuk *Derwil Cell*. dengan harga pemasok yang rendah *Derwil Cell* dapat bersaing dengan para kompetitor lain terutama dari segi harga pasar dari setiap merek *Handphone*. Sehingga dapat membuat harga produk yang dapat bersaing dengan kompetitif.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

5) Pemasaran Menggunakan Media Sosial

Derwil Cell menggunakan *platform* seperti *Instagram* dan *facebook* dalam memasarkan produk yang di jual *Derwil Cell* mulai dari *Handphone* sampai aksesoris *Handphone*. dan memberikan beberapa promo menarik seperti *giveaway* dan membuat konten yang menarik

b. *Weakness* (Kelemahan)

1) Tampilan Toko

Bisnis *Handphone* merupakan model bisnis toko ritel konfensional dari segi tampilan toko tidak memiliki diferensiasi yang signifikan. Sehingga model dari setiap toko *Handphone* tidak memiliki perbedaan yang mencolok. dan hanya dapat dibedakan dari segi letak toko tersebut saja. Sehingga tidak dapat terciptanya *brand image* toko *Derwil Cell*

2) Loyalitas Konsumen

Loyalitas toko ritel dipengaruhi oleh gaya pemasaran langsung oleh produsen. Hal ini yang menyebabkan toko ritel menjadi penghantar nilai dari produsen. loyalitas konsumen hanya akan terfokuskan kepada citra merek dari perusahaan dengan nilai diferensiasi cukup minim sehingga loyalitas konsumen terhadap citra toko cenderung rendah.

c. *Oppourtunities* (Peluang)

1) Kebijakan Pemerintah Tentang *IMEI*

Kebijakan pemerintah dalam menerapkan peraturan pembatasan *IMEI* dalam rangka tertib niaga perangkat *Handphone*. sehingga pasar *Handphone* di Indonesia hanya menjal barang barang bergaransi resmi. Kebjikan tersebut tentunya merupakan peluang yang baik untuk *Derwil Cell* karena toko Derwill Cell

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

menjual barang - barang yang bergaransi resmi dan berkualitas. Tentunya dengan kebijakan pemerintah tersebut dapat mendorong tingkat penjualan *Handphone* resmi dan sehingga mendorong penjualan *Handphone* di toko *Derwil Cell*

2). Pemulihan Ekonomi di Indonesia

Dengan adanya pertumbuhan ekonomi di Indonesia akan memberikan dampak positif terutama dalam lini pedagangan di Indonesia. Dengan adanya perkembangan ekonomi akan memberikan kondisi bisnis yang lebih stabil ke toko *Derwil Cell* dengan pertumbuhan ekonomi yang baik ini memberikan kesempatan berkembangnya sebuah perusahaan dengan lebih baik.

3) Perkembangan Teknologi

Perkembangan teknologi yang selalu berkembang tentunya akan memberikan kemudahan bagi masyarakat terutama para pembisnis. Dengan adanya pekembangan teknologi penulis melihat adanya peluang yang baik untuk toko *Derwil Cell* dalam memperbesar pangsa pasar dengan tidak hanya menjual *Handphone* secara *offline* tetapi juga menjual *Handphone* menggunakan fasilitas *E-commerce* yang tersedia seperti *Lazada. Shoppe. dan Jd.id.*

4. *Threats* (Ancaman)

1) Persaingan yang Kuat

Persaingan yang kuat dengan para kompetitor *Handphone* yang berada di mall BTC menjadi salah satu faktor ancaman yang serius untuk toko *Derwil Cell*. karena *Derwil Cell* harus bersaing dengan kompetitor yang sudah memiliki nama dan sudah lama membuka toko nya di mall BTC. Hal ini tentunya akan menjadi persaingan yang cukup ketat dimana toko *Derwil Cell* merupakan toko *Handphone* yang baru dan harus bersaing dengan para kompetitor yang kuat.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2) Pendatang Baru

Pangsa pasar penjualan *Handphone* di indonesia sudah sangat besar. bahkan sampai saat ini banyak toko *online* yang menjual produk *Handphone* menggunakan *E-commerce* yang tersedia. Sehingga membuat persaingan toko *Derwil Cell* tidak hanya dengan toko ritel tetapi juga bersaing dengan toko *online* juga. Berkembangnya jumlah pengusaha- pengusaha kecil yang bergerak secara *online* ini dapat menjadi ancaman yang cukup serius bagi toko *Derwil Cell* karena perang harga yang cenderung dibawah harga pasar. sehingga membuat pembeli memutuskan untuk membeli *Handphone* di toko *online* dibanding dengan toko *offline* karena harga yang dijual cenderung lebih murah dengan toko *offline*.

3) Peraturan Pemerintah Kenaikan PPN

Pemerintah memprediksikan pada tahun 2022 akan terjadi peningkatan PPH sebesar 11% hingga 12%. Dengan adanya kenaikan PPH tentnunya akan berdampak pada toko *Derwil Cell* karena dengan kenaikan kenaikan PPH akan menyebabkan peningkatan biaya produksi dan juga peningkatan harga produk. Hal ini mampu memberi dampak langsung terutama pada *Derwil Cell* yang bergerak pada bidang bisnis ritel.

Tabel 3.4

Matriks SWOT *Derwil Cell*

Internal / Eksternal	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
	1. Promo menarik 2. Kelengkapan varian produk 3. Pelayanan yang baik kepada konsumen atau pembeli 4. Harga yang kompetitif dan dapat bersaing 5. Pemasaran menggunakan media sosial	1. Tampilan toko yang cenderung sama dan tidak memiliki diferensiasi dengan toko lain. Sehingga sulit dalam membangun citra toko *Derwil Cell* 2. Loyalitas Konsumen tergantung dengan kualitas dari brand *Handphone* yang dibeli.
Peluang (Opportunity) 1. Kebijakan pemerintah tentang *IMEI* 2. Pemulihan Ekonomi di Indonesia yang semakin meningkat 3. Perkembangan Teknologi	Strategi SO 1.Kebijakan pemerintah dalam memblokir *IMEI Handphone* yang bergaransi distributor atau tidak resmi. Berpotensi meningkatkan penjualan *Derwil Cell* karena menjual *Handphone* bergaransi resmi (S2.O1) 2. Ekonomi di indonesia yang sudah membaik dan mengalami peningkatan. Harga produk *Derwil Cell* yang kompetitif dapat meningkatkan minat beli pelanggan. (S4.O2) 3. Dengan semakin berkembang nya teknologi tentunya akan mempermudah *Derwil Cell* dalam mempromosikan produk yang di jual *Derwil Cell* melalui media sosial seperti *Facebook*. dan *Instagram*. (S5.O3)	Strategi WO 1. Penggunaan teknologi untuk memperbesar citra toko *Derwil Cell* dengan memanfaatkan *platform E-commerce* seperti *Jdid.Lazada.Shoppe*. dan *Tokopedia*. (W1.O3) 2. Peraturan pemblokiran *IMEI Handphone* distributor yang berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu merek *Handphone* yang bergaransi Resmi. karena *Handphone* bergaransi Resmi terjamin akan kualitas barang nya. (W2.O1)
Ancaman (Threats) 1. Persaingan yang kuat dengan para kompetitor 2. Pendatang baru dalam toko *online* 3. Peraturan pemerintah mengenai kenaikan PPN	Strategi ST 1.Dengan memberikan promo yang menarik merupakan strategi *Derwil Cell* agar dapat bersaing dan melawan para kompetitor lain. Ditambah lagi dengan harga produk *Derwil Cell* yang dapat bersaing dengan harga pasar para pesaing.(S1.S4.T1) 2. Menyesuaikan harga guna untuk menyaingi pendatang baru khususnya pendatang yang bergerak di toko *online*.(S4.T2)	Strategi WT 1.Melakukan publikasi dalam bentuk reminder kepada pembeli terhadap nilai lebih yang diberikan *Derwil Cell* yaitu pelayanan purnajual (W1.T1) 2. Meningkatkan loyalitas konsumen dengan memberika promo secara berkala. (W1.T1)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie