



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Hisrich (2016:198) menyatakan bahwa “Pengusaha harus melakukan analisis industri yang akan berfokus pada tren industri tertentu”. Sebelum membangun sebuah usaha baru, alangkah baiknya dilakukan analisis mengenai industri dan para pesaingnya terlebih dahulu. Analisis industri dan pesaing perlu dilakukan oleh seorang pengusaha yang ingin membangun usaha baru, guna mengetahui berbagai macam informasi yang dapat digunakan sebagai data – data yang dapat dijadikan acuan untuk merancang usaha yang hendak dijalankan tersebut, diikuti dengan rancangan berbagai macam strategi dan perencanaannya. Data tersebut dapat berupa tren dari industri, prospek industri untuk kedepannya, kondisi pasarnya, dan lain sebagainya. Selain itu, sebelum membangun sebuah usaha baru, seorang pengusaha ini juga sebaiknya mengetahui bagaimana kondisi persaingan dalam usaha yang serupa, dalam artian mengetahui ada berapa banyak pengusaha yang membuka usaha yang sejenis, bagaimana kondisi barang dari produk pesaing, bagaimana citra usaha mereka di benak konsumen, hingga seperti apa pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen. Setelah mengetahui berbagai macam informasi mengenai industri dan pesaing, pengusaha yang ingin membuat usaha baru sudah memiliki berbagai macam ‘pegangan’, sehingga pengusaha baru ini memiliki perencanaan mengenai seperti apa usaha ini akan dijalankan, sehingga mampu bersaing dengan para kompetitornya dan mampu bertahan dengan mengikuti tren industri.

3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Sebelum membangun sebuah usaha di bidang tertentu, alangkah baiknya diketahui terlebih dahulu bagaimana kondisi pertumbuhan industri di bidang yang



hendak digeluti dan bagaimana kondisi *trend*-nya pada saat ini. Dengan melihat kondisi pertumbuhan industri dan *trend*-nya, dapat dijadikan salah satu faktor penentu bahwa usaha yang nantinya dijalankan akan sukses atau tidak. Apabila kondisi pertumbuhan industri dan *trend* dari suatu bidang usaha terbilang baik, maka dapat menjadi salah satu faktor jika usaha yang dijalankan mengalami kesuksesan. Adapun pertumbuhan industri dan *trend* dari suatu bidang usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti tingkat pendapatan, urgensi masyarakat sekitar, tingkat pertumbuhan penduduk, dan lain sebagainya.

Sentratama Multi Mesindo direncanakan akan beroperasi di daerah Simpang Kawat, di Kota Jambi. *Trend* dan pertumbuhan industri dari toko yang serupa semuanya dimulai dari pendirian toko “Aneka Baut”, yang sekarang ini telah berganti menjadi toko “Rukun Teknik”, dimana toko ini dimiliki oleh orang tua dari penulis. Usaha yang dirintis pada saat itu yaitu berupa perdagangan berbagai macam baut dengan segala jenis dan ukurannya, yang pada saat itu tempat usaha itu dinamakan “Aneka Baut”. Hari demi hari berlalu, usaha ini mengalami kenaikan perlahan – lahan. Atas hal tersebut, akhirnya bapak Edi Sugianto dan istrinya sepakat untuk mulai mencoba menjual alat – alat teknik yang berupa mesin – mesin kecil dan berbagai macam suku cadangnya. Sejak saat itu, usaha ini mengalami perkembangan yang drastis. Akhirnya, beliau dan istrinya sepakat untuk menyewa ruko dua pintu sebagai tempat usaha sekaligus tempat tinggal, mengingat bahwa membuka usaha perdagangan alat teknik memerlukan ruangan yang luas, tidak hanya satu ruko saja. Setelah tempat usaha ini pindah dari ruko yang sebelumnya, mengingat bahwa usaha ini selain menjual berbagai macam baut juga menjual berbagai macam alat – alat teknik, akhirnya beliau dan istrinya sepakat untuk mengubah nama usaha ini yang sebelumnya “Aneka Baut”, menjadi “Rukun Teknik”.

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.



Gambar 3.1

Toko Rukun Teknik (Februari 2021)



Sumber : Google

Usaha ini terus – menerus berkembang dari waktu ke waktu dan persediaan akan alat – alat teknik juga semakin banyak. Melihat bahwa usaha perdagangan alat teknik dinilai potensial, akhirnya mulai timbul para pesaing yang membuka usaha yang sejenis, ada beberapa yang sukses, dan ada juga beberapa yang gagal. Adapun usaha yang pada saat rencana bisnis ini disusun masih berjalan, yang pada saat rencana bisnis ini disusun juga dijadikan kompetitor, yaitu toko Sumber Sentosa Teknik, dan toko Pal Lima Teknik. Semua informasi yang diperoleh atas data diatas, diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada pemilik dari toko Rukun Teknik, serta informasi tersebut juga diperoleh pada saat penulis melakukan kegiatan *Mentorship* di toko Rukun Teknik.

© 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.



Gambar 3.2

Toko Sumber Sentosa Teknik



Sumber : Google

Gambar 3.3

Toko Pal Lima Teknik



Sumber : Google

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

3.1 Analisis Pesaing

Dalam menjalankan sebuah bisnis, tidak dapat kita hindari munculnya berbagai macam pesaing dengan produk yang sejenis. Maka dari itu, suatu bisnis akan senantiasa merancang berbagai macam strategi agar senantiasa dapat lebih unggul dari para pesaingnya demi mendapatkan pelanggan. Kita ketahui, bahwa pesaing merupakan salah satu dari *stakeholder*. Maka dari itu, munculnya pesaing dalam



suatu bisnis merupakan hal yang sangat wajar dan legal, selama tidak melanggar norma yang berlaku seperti hak cipta.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Kotler dan Armstrong (2020:526-527), beberapa langkah untuk melakukan analisis pesaing, yaitu :

a. Mengidentifikasi pesaing

Tahap mengidentifikasi pesaing dilakukan dengan menganalisa berbagai macam informasi tentang usaha dari pesaing, atau berapa banyak jumlah pesaing yang akan menjadi kompetitor di bisnis yang didirikan. Adapun hal – hal yang perlu diidentifikasi pada tahapan ini, yaitu dengan melihat jenis produk yang ditawarkan oleh pesaing, besarnya pasar yang dikuasai, dan mengidentifikasi SWOT dari pesaing.

b. Identifikasi strategi pesaing

Tahapan yang dapat dilakukan untuk menganalisis pesaing yaitu dengan cara mengidentifikasi strategi yang digunakan oleh pesaing. Dengan mengetahui berbagai macam strategi yang dilakukan oleh pesaing, maka kita dapat menyusun strategi kita sendiri untuk memenangkan pelanggan berdasarkan strategi yang digunakan oleh pesaing, yang nantinya akan dilakukan sedikit diferensiasi. Namun apabila strategi yang digunakan pesaing dinilai kurang tepat, maka kita penulis akan melakukan penyempurnaan terhadap strategi pesaing, dan strategi tersebut akan diterapkan pada usaha ini.

c. Menentukan sasaran penting

Dengan melihat sasaran yang dituju oleh pesaing, maka akan mendapatkan gambaran besar tentang bagaimana kita akan merancang sasaran kita sendiri

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.



dengan melakukan penyempurnaan dan diferensiasi terhadap sasaran dari pesaing. Contohnya, jika pesaing memiliki sasaran yaitu semata – mata agar tokonya ramai akan pengunjung, di usaha ini sasarannya tidak hanya semata – mata ramai akan pengunjungnya saja, namun dengan difokuskan agar bagaimana para pengunjung menjadi pelanggan setia dan senantiasa melakukan *repeat order*, dengan harapan munculnya *word of mouth* dari pelanggan tersebut, karena *word of mouth* merupakan teknik pemasaran yang ampuh. Hal inilah yang dapat dijadikan sebagai sasaran yang tepat.

d. Menganalisis kekuatan dan kelemahan dari pesaing

Menganalisis kekuatan dan kelemahan dari pesaing dapat dilakukan dengan mengumpulkan serangkaian informasi yang dapat berupa jenis produk yang ditawarkan pesaing, segi pelayanan pesaing, kendala apa yang sering dihadapi pesaing, bagaimana kinerjanya akhir – akhir ini dan menganalisis strategi yang digunakan oleh pesaing. Berikutnya, mencari informasi tentang pesaing juga dapat dilakukan dengan pengalaman pribadi penulis atau dengan *word of mouth* dari pasarnya. Kemudian, dilakukan riset pemasaran kepada stakeholder seperti *supplier* dan *customer*. Akhirnya, perusahaan dapat menjadikan pesaing sebagai patokan untuk merancang berbagai macam strategi atas berbagai informasi yang didapatkan, terutama pada bagian apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari pesaing.

e. Memprediksi reaksi dari pesaing

Setiap usaha yang dijalankan tentunya terkadang akan menghadapi masalah yang sekiranya sering terjadi pada bidang usaha tertentu, terlebih lagi pada bidang usaha yang sejenis. Namun, masalah yang sama akan menimbulkan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



reaksi yang berbeda – beda di berbagai macam usaha. Ada beberapa pesaing yang melakukan strategi tertentu dalam menghadapi permasalahannya, atau menciptakan solusi yang hanya menjawab persoalan yang singkat saja dengan tidak memperhatikan dampaknya untuk kedepannya, dan bahkan ada yang tidak merespon sama sekali terhadap permasalahan yang dihadapi.

f. Memilih pesaing

Pada tahapan ini, pelaku usaha menentukan siapa saja pesaing dari usaha yang dijalankan. Pesaing ditentukan berdasarkan dari bidang usaha yang sejenis, yang berarti menawarkan produk yang serupa. Pesaing dipilih berdasarkan adanya beberapa kemiripan pada bidang usaha yang dijalankan, seperti target pasar, skala usaha, lokasi, produk yang ditawarkan, ataupun pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan penjelasan mengenai analisis pesaing yang dipaparkan, atas beberapa pertimbangan, terdapat sebanyak dua usaha dengan usaha yang sejenis dengan usaha penulis, dua usaha tersebut yaitu :

- | | |
|-----------------|---|
| a. Nama Usaha | : Sumber Sentosa Teknik |
| Alamat | : Jl. Pangeran Hidayat, Suka Karya, Kota Baru, Paal
Lima, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36129,
Indonesia. |
| Harga Produk | : Moderat |
| Promosi | : Kurang |
| Kualitas Produk | : Moderat |
| Pelayanan | : Moderat |
| b. Nama Usaha | : Pal Lima Teknik |

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Alamat : Jl. Pangeran Hidayat No.57, Paal Lima, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36128, Indonesia.

Harga Produk : Sedikit lebih mahal

Promosi : Kurang

Kualitas Produk : Kurang

Pelayanan : Sedikit lebih baik

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berikut ini adalah tabel analisis pesaing dari dua toko yang serupa, yaitu toko Sumber Sentosa Teknik dan toko Pal Lima Teknik berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan oleh penulis :

Tabel 3.1
Tabel Analisis Pesaing

Pesaing	Kekuatan	Kelemahan
Sumber Sentosa Teknik	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas produk yang lebih baik - Lokasi usaha yang strategis - Harga relatif lebih murah 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada pelayanan tambahan - Kurangnya promosi - Tempat usaha kecil - Pelayanan kompetitor sedikit lebih baik
Pal Lima Teknik	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi usaha yang strategis - Tempat usaha yang lebih luas - Pelayanan yang sedikit lebih baik 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya promosi - Tidak adanya pelayanan tambahan - Harga produk sedikit lebih mahal - Kualitas produk yang kurang baik

Sumber : Sumber Sentosa Teknik dan Pal Lima Teknik.

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.



3.3. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan analisis terhadap suatu perusahaan yang dikaitkan dengan faktor eksternal dari perusahaan itu, yang terdiri atas 6 aspek, yang meliputi aspek politik, aspek ekonomi, aspek sosial, aspek teknologi, aspek lingkungan, dan aspek hukum dan legal. Analisis PESTEL ini dilakukan dengan tujuan agar usaha mampu mengetahui berbagai informasi yang berkaitan dengan bisnisnya dihubungkan dengan lingkungan eksternalnya, sehingga peluang dan ancaman yang nantinya akan terjadi dapat diketahui, dengan harapan agar usaha ini dapat meminimalisir resiko yang akan timbul dan mampu memnfaatkan berbagai kesempatan yang ada. Berikut ini adalah hasil analisis PESTEL pada usaha yang direncanakan penulis, Sentratama Multi Mesindo :

a. Aspek Politik (*Politics*)

Aspek politik pada analisis PESTEL tentunya berpengaruh terhadap jalannya suatu usaha. Aspek politik berkaitan erat dengan regulasi dari pemerintah. Dengan adanya regulasi dari pemerintah mengenai pembukaan UMKM di Indonesia, maka para pelaku usaha akan merasa nyaman karena membuka usaha merupakan hal yang tidak dilarang di negara ini, asalkan senantiasa taat membayar pajak dan mematuhi segala aturan dan undang – undang yang berlaku. Pemerintah juga senantiasa mendorong para pelaku UMKM untuk menjalankan usahanya, karena hal ini juga membantu meningkatkan perekonomian negara (<https://www.kominfo.go.id/content/detail/37145/pulihkan-ekonomi-nasional-pemerintah-tingkatkan-dukung-untuk-umkm/0/berita>). Selain itu, dengan membuka usaha, tentunya juga akan membantu menjawab permasalahan yang saat rencana bisnis ini disusun sedang dihadapi di negara

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



kita, salah satunya yaitu pengangguran. Dengan membuka usaha ini, tentunya akan memerlukan karyawan agar usaha ini dapat berjalan dengan lebih efektif dan efisien. Atas hal tersebut, dengan membuka usaha juga akan membuka lapangan pekerjaan baru, sehingga dapat membantu menjawab permasalahan yang saat rencana bisnis ini disusun sedang dihadapi oleh negara, yaitu pengangguran.

Namun, dengan membuka lahan kelapa sawit, Pemerintah Provinsi Jambi mendesak Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) untuk memperketat izin usaha pemanfaatan hasil hutan kayu dalam hutan alam (IUPHHK-HA) guna memastikan kelestarian ekosistem satwa yang dilindungi, sehingga jika ingin membuka kelapa sawit, harus mendapatkan persetujuan terlebih dahulu kepada pihak pemerintah agar tidak terjadi konflik di kemudian hari (<https://ekonomi.bisnis.com/read/20170227/99/632306/jambi-desak-perketat-izin-hak-pengusahaan-hutan>).

Dengan membuka dan menjalankan usaha Sentratama Multi Mesindo, tentunya usaha ini tidak bisa dijalankan oleh seorang diri saja, melainkan akan membutuhkan beberapa orang karyawan untuk menjalankan usaha ini sesuai dengan bidangnya masing – masing. Sehingga dengan dibukanya usaha ini, diharapkan mampu membantu menjawab persoalan yang sedang dihadapi oleh negara ini, yaitu pengangguran.

b. Aspek Ekonomi (*Economy*)

Kondisi Ekonomi juga tentunya akan berpengaruh dalam jalannya suatu usaha, termasuk pada usaha yang hendak didirikan ini, Sentratama Multi Mesindo. Berbagai macam aspek ekonomi yang akan berpengaruh

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



pada jalannya usaha ini yaitu tingkat pendapatan masyarakat serta inflasi. Semakin tingginya pendapatan masyarakat, maka insentif dari masyarakat untuk membeli berbagai macam kebutuhan yang diperlukan akan meningkat. Jumlah pendapatan yang diperoleh dari masyarakat akan berpengaruh terhadap produk yang akan dibeli oleh mereka. Semakin tinggi pendapatan mereka, maka akan ada kemungkinan bahwa mereka akan memilih produk dengan kualitas yang lebih baik dengan membayar harga yang sesuai dengan kualitas barangnya. Sebaliknya, jika pendapatan dari masyarakat rendah, maka cenderung masyarakat akan lebih memilih jenis produk yang harganya lebih murah dengan kualitas standar. Selain itu, inflasi juga berpengaruh terhadap jalannya usaha ini. Jika negara mengalami inflasi, maka akan berpengaruh terhadap harga jual pada barang dagangan dari bisnis ini, yaitu adanya kenaikan harga jual barang menyesuaikan inflasi yang sedang terjadi.

Dengan membuka usaha, tentunya para pelaku usaha perlu menyetorkan sebagian penghasilannya kepada negara, yang kita kenal dengan pajak. Undang - Undang No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP), “pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang - undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.”. Dari pernyataan undang – undang tersebut, dapat kita ketahui bahwa pajak merupakan iuran wajib yang perlu dibayarkan kepada negara untuk kepentingan negara dan rakyatnya. Maka dari itu, pajak penghasilan yang diperoleh dari menjalankan usaha yang disetorkan secara

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



berkala, merupakan salah satu bentuk kontribusi dari usaha yang kita jalankan untuk meningkatkan perekonomian negara.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Sentratama Multi Mesindo tentunya mendapatkan penghasilan dari usaha yang dijalankannya, dan sebagian dari penghasilan tersebut pastinya akan disetorkan kepada negara sebagai bentuk pajak. Atas hal tersebut, Sentratama Multi Mesindo juga berkontribusi dalam rangka meningkatkan perekonomian negara Indonesia atas pajak penghasilan yang disetorkan secara berkala sesuai dengan peraturan yang berlaku.

c. Aspek Sosial (*Social*)

Aspek sosial juga akan berpengaruh dalam jalannya suatu usaha. Seperti yang kita ketahui, beberapa barang memiliki berbagai macam merk yang berbeda – beda dengan kualitas yang berbeda – beda pula. Dikaitkan dengan Sentratama Multi Mesindo yang menjual berbagai macam mesin dan suku cadangnya dengan merk yang berbeda – beda, tentunya aspek sosial akan berpengaruh terhadap insentif pembelian dari masyarakat. Sebagai contohnya, pada mesin potong rumput, di benak masyarakat pada umumnya akan merujuk kepada merk Stihl. Maka dari itu, sudah tertanam pada benak masyarakat bahwa mesin potong rumput yang bermerk Stihl merupakan barang yang berkualitas dengan harga yang disesuaikan dengan kualitas tersebut. Atas pernyataan tersebut, tidak heran jika masyarakat pada umumnya jika mencari mesin potong rumput, selalu mencari yang bermerk Stihl, dan tidak mencari tahu lebih lanjut mengenai mesin potong rumput yang lebih murah namun dengan kualitas yang tidak kalah, seperti pada merk Ryu atau Morris.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



d. Aspek Teknologi (*Technology*)

Seperti yang kita ketahui, teknologi berkembang dengan sangat pesat akhir – akhir ini. Dengan adanya teknologi, berbagai macam aktivitas manusia berjalan dengan lebih efektif dan efisien, terutama pada rangkaian aktivitas usaha. Saat rencana bisnis ini disusun, dapat kita lihat bahwa terdapat banyak usaha yang memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam menjalankan kegiatan usahanya, seperti menggunakan kecanggihan teknologi dalam memasarkan produknya, hingga menggunakan kecanggihan aplikasi dalam proses penyusunan pembukuan akuntansinya, sehingga pekerjaan yang dilakukan dapat dikerjakan dengan lebih efektif dan lebih efisien dibandingkan dengan tidak menggunakan kecanggihan teknologi, atau yang kita kenal dengan teknik yang masih konvensional.

Pada Sentratama Multi Mesindo, menurut penulis, akan menjadi hal yang sangat merugikan jika tidak memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam menjalankan usaha ini. Terlebih lagi, pesaing dari Sentratama Mutli Mesindo, yaitu Sumber Sentosa Teknik dan Pal Lima Teknik masih menggunakan teknik konvensional dalam memasarkan produknya, dengan menggunakan spanduk dan baliho semata. Berbeda dengan usaha yang hendak penulis dirikan, Sentratama Multi Mesindo akan menggunakan kecanggihan teknologi dalam memasarkan produknya, dengan menggunakan berbagai macam sosial media dan *platform* jual – beli online, tidak hanya berdasarkan spanduk dan baliho saja.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

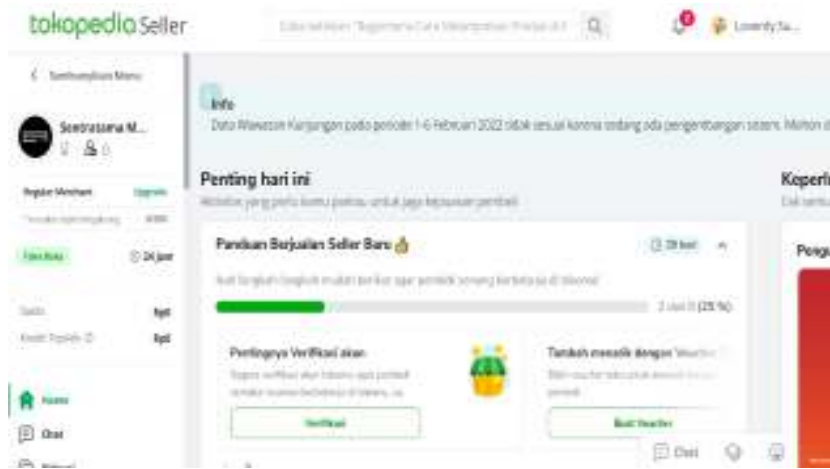
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Gambar 3.4

Contoh Penggunaan Platform Jual Beli Online Sentratama Multi Mesindo

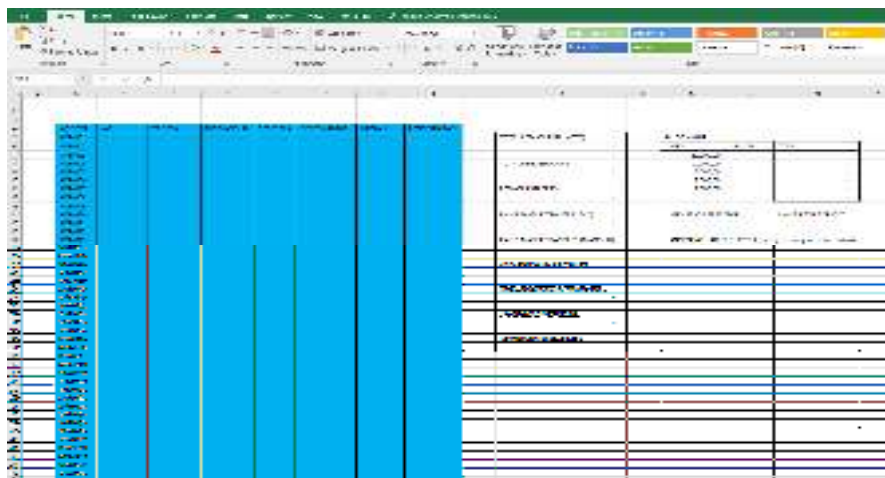


Sumber : Tokopedia

Selain itu, proses akuntansi pada Sentratama Multi Mesindo juga akan memanfaatkan kecanggihan teknologi, yaitu dengan menggunakan perangkat lunak, sehingga proses akuntansi dan pembukuan dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien. Hal ini merupakan suatu bentuk pemanfaatan kecanggihan teknologi dalam persaingan usaha dan peningkatan efektivitas dan efisiensi kerja.

Gambar 3.5

Contoh Penggunaan Teknologi dalam Proses Akuntansi Sentratama Multi Mesindo



Sumber : Sentratama Multi Mesindo

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



e. Aspek Lingkungan (*Environment*)

Dari 6 aspek lainnya, aspek lingkungan pada analisis PESTEL juga berpengaruh dalam menjalankan suatu usaha, terutama pada usaha yang akan didirikan ini, Sentratama Multi Mesindo. Dengan hadirnya Sentratama Mutli Mesindo di kota Jambi, akan menjadi tempat penyedia mesin keperluan sehari – hari beserta berbagai macam suku cadangnya terhadap masyarakat di Kota Jambi, sehingga keperluan masyarakat akan mesin dan berbagai macam suku cadangnya dapat terpenuhi.

f. Aspek Hukum dan Legal (*Legal*)

Aspek Hukum dan Legal juga merupakan aspek yang jelas akan berpengaruh dalam jalannya suatu usaha, juga berpengaruh terhadap Sentratama Multi Mesindo. Pemerintah tentunya juga akan turun tangan dalam persoalan pembukaan usaha di Indonesia. Maka dari itu, dalam membuka usaha perlu melakukan perizinan terlebih dahulu dalam rangka kesejahteraan bersama. Hal ini dapat dilihat pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2021, tentang Perizinan Usaha di Daerah.

Aspek ini merupakan aspek yang membahas tentang hukum yang berlaku terhadap jalannya suatu usaha. Dalam pendirian usaha Sentratama Multi Mesindo, tentunya perlu mengurus perizinannya terlebih dahulu sebelum menjalankan usahanya, dan tetap mematuhi berbagai macam aturan dan hukum yang berlaku disaat usaha ini menjalankan aktivitasnya.

Selain itu, untuk pihak yang ingin membuka lahan kelapa sawit, harus melakukan perizinan untuk membuka lahan kelapa sawit terlebih dahulu kepada pihak pemerintah

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.

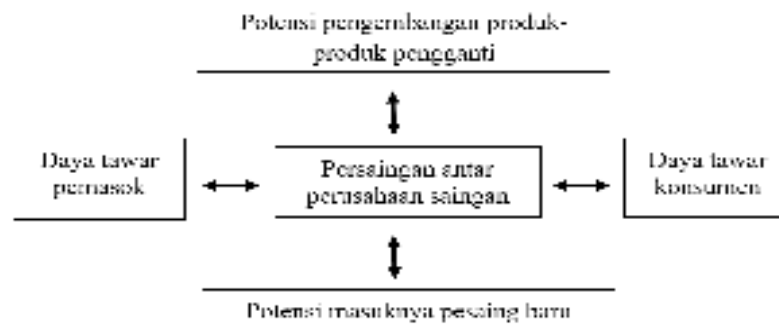
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(<https://ekonomi.bisnis.com/read/20170227/99/632306/jambi-desak-perketat-izin-hak-pengusahaan-hutan>).

3.4. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (*Porter Five Forces Business Model*)

Menurut pendapat dari Fred R. David (2016:229), menyatakan bahwa Lima Kekuatan Persaingan Model Porter merupakan sebuah pendekatan secara luas untuk mengembangkan berbagai macam strategi di macam – macam industri.

Gambar 3.6
Porter's Five-Forces Model



Sumber : *David, Fred R, Forest R. David (2016), Strategic Management, A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases, Edisi 16, Pearson Education.*

Adapun analisa *Porter's Five-Forces Model* pada usaha Sentratama Multi Mesindo :

a. Persaingan antar perusahaan

Dalam menjalankan usaha, adanya pesaing merupakan hal yang sangat wajar dan tidak dapat dihindari. Pesaing sendiri merupakan salah satu bagian dari stakeholder. Suatu usaha harus menyusun strategi tertentu agar mampu bersaing dengan para kompetitornya, baik dari segi produk, pelayanan, dan lain sebagainya. Adapun Sentratama Multi Mesindo pada aspek ini merupakan sisi pendatang baru terhadap kompetitornya, dan telah





menyusun berbagai macam strategi terhadap usahanya agar mampu bersaing dengan kompetitornya. Susunan strategi dari Sentratama Multi Mesindo dalam menghadapi kompetitornya lebih ditekan pada sisi pelayanannya, karena untuk barang dagangannya kualitasnya ditentukan dari *supplier* dengan merk tertentu. Sentratama Multi Mesindo melakukan suatu diferensiasi terhadap strateginya, yaitu menyediakan layanan pemesanan secara online via WhatsApp, Instagram, ataupun lapak jual beli online seperti Shopee atau Tokopedia. Kemudian, Sentratama Multi Mesindo juga memberikan pelayanan antar – jemput terhadap barang yang dipesan oleh pelanggan menggunakan mobil pick - up secara gratis, mengingat barang yang dibeli biasanya merupakan barang – barang berat yang sulit untuk diangkut oleh kendaraan biasa, seperti mesin genset, mesin stamper, hingga molen. Strategi ini merupakan strategi yang baik, mengingat bahwa kompetitor tidak menyediakan layanan seperti ini.

b. Potensi pengembangan produk – produk pengganti

Sentratama Multi Mesindo merupakan usaha yang memperdagangkan berbagai macam mesin keperluan sehari – hari, seperti mesin potong rumput, *chainsaw*, genset bensin, mesin pompa air, *jet cleaner*, *submersible pump*, mesin las, *compressor*, *jackhammer*, mesin penggerak, gerinda, mesin poles, mesin bor, *stamper*, hingga molen, beserta dengan segala suku cadangnya. Dilihat dari barang – barang yang disediakan, hal ini merupakan suatu peluang bagi usaha ini, karena barang – barang tersebut merupakan barang yang sulit untuk disubstitusikan, karena barang tersebut pada mulanya dirancang untuk tujuan yang mutlak. Contohnya untuk memotong rumput, produk yang paling tepat untuk digunakan yaitu mesin

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



potong rumput itu sendiri. Untuk menebang pohon, menggunakan mesin *chainsaw* akan lebih efektif dan efisien. Untuk membangkitkan tenaga listrik jika terjadi mati lampu, dapat menggunakan genset bensin ataupun solar, dan lain sebagainya.

c. Daya tawar pemasok

Dalam menjalankan usaha ini, pemilihan pemasok merupakan hal yang penting. Mengingat bahwa Sentratama Multi Mesindo merupakan usaha yang bergerak di bidang perdagangan, maka pemilihan pemasok merupakan hal yang tidak bisa dipilih secara sebelah mata. Pemasok sering kali dikaitkan dengan agen atas produk tertentu. Pemilihan agen yang tepat akan berpengaruh terhadap kualitas dan harga barang. Salah satu upaya persaingan dalam bidang bisnis ini yaitu mendapatkan agen yang menjual produk dengan harga yang paling murah dengan kualitas yang terbaik. Jika dalam usaha ini mendapatkan pemasok yang baik, yaitu pemasok yang menawarkan produk yang murah dan berkualitas, maka usaha ini akan lebih sanggup menawarkan produk yang berkualitas dengan harga yang lebih murah dari para pesaingnya, sehingga usaha yang didirikan ini dapat memengkan perang harga dan kualitas dari kompetitor – kompetitornya. Selian itu, Sentratama Multi Mesindo juga senantiasa akan membangun hubungan yang baik dengan para pemasoknya agar tidak timbul masalah di masa yang akan datang, sesuai pernyataan dari Ronald J. Ebert (2019:48), yang menyatakan bahwa bisnis harus membina hubungan yang baik dengan pemasoknya.

d. Daya tawar konsumen

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Dalam usaha perdagangan yang memiliki beberapa pesaing dengan produk yang serupa, tidak heran jika sebelum pembeli melakukan pembelian di usaha yang kita jalani, akan melakukan riset terlebih dahulu dengan mengunjungi toko – toko yang lainnya dan membanding – bandingkan harga dengan kualitasnya. Karena sudah naluri konsumen bahwa ia ingin mendapatkan kualitas yang terbaik dengan harga yang paling murah. Selain itu, ada juga beberapa konsumen yang melakukan negosiasi terhadap barang yang ingin dibelinya untuk mendapatkan harga yang termurah. Mengetahui hal tersebut, berhubung usaha ini baru berjalan, dalam upaya untuk mendapatkan pelanggan baru, Sentratama Multi Mesindo akan menetapkan harga yang serendah mungkin, namun tidak sampai setara atau dibawah harga modal yang diperoleh dengan tujuan menciptakan citra usaha yang baik, dengan harapan agar usaha ini dipandang sebagai “menjual produk yang berkualitas dengan harga yang murah”, sehingga mendorong insentif pembelian bagi para pelanggan baru.

e. Potensi masuknya pesaing baru

Dalam membuka usaha, datangnya pesaing baru merupakan hal yang tidak dapat dihindari, walaupun setidaknya dapat diminimalisir. Contoh nyatanya dapat dilihat pada perkembangan usaha teknik dengan produk yang serupa, yang terus berkembang di daerah Simpang Kawat di Kota Jambi, seperti yang telah dibahas sebelumnya. Hal ini terjadi karena dimulainya pembukaan toko teknik perdana di daerah tersebut, yaitu toko Rukun Teknik. Potensi datangnya pesaing baru pada bidang usaha ini dapat terbilang moderat, mengingat bahwa usaha ini merupakan usaha yang terbilang mudah untuk dijalankan karena merupakan usaha perdagangan, namun memerlukan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

waktu yang cukup lama untuk memahami produk – produk yang diperdagangkan.

3.4 Analisis Faktor – Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix*)

Menurut Fred R. David (2016:236), menyatakan bahwa Matriks CPM menjelaskan tentang kekuatan dan kelemahan dari pesaing yang dihadapi dengan kaitannya dengan strategi perusahaan.

Competitive Profile Matrix menjelaskan berbagai faktor kunci yang dapat menentukan sukses atau tidaknya suatu usaha, yang dapat meliputi kualitas barang, harga, promosi, tempat usaha, hingga pelayanan. Adapun faktor – faktor tersebut memiliki bobotnya tersendiri yang berjumlah 1,00 jika total bobot dari faktor – faktor tersebut ditotalkan. Setelah bobot, terdapat rating yang ditentukan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap usaha sendiri dengan usaha kompetitor, yang berskala 1 sampai 4, dengan rentang sangat buruk hingga sangat baik. Setelah itu, terdapat skor yang didapatkan dari hasil perkalian atas bobot dan rating pada tabel, yang kemudian hasilnya akan ditotalkan membentuk nilai yang menentukan seberapa besar kekuatan dari perusahaan atas faktor kunci sukses yang ditentukan. Berikut ini adalah tabel *Competitive Profile Matrix* dari Sentratama Multi Mesindo, Sumber Sentosa Teknik, dan Pal Lima Teknik.



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 3.2

Analisis *Competitive Profile Matrix*

Faktor Kunci Sukses	Bobot	Sentratama Multi Mesindo		Sumber Sentosa Teknik		Pal Lima Teknik	
		Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor
Kualitas	0,18	4	0,72	4	0,72	3	0,54
Harga	0,18	3	0,54	3	0,54	2	0,36
Lokasi	0,15	4	0,6	4	0,6	4	0,6
Pelayanan	0,18	4	0,76	2	0,38	3	0,57
Promosi	0,15	3	0,45	2	0,3	2	0,3
Variasi Produk	0,15	2	0,3	3	0,45	3	0,45
Total	1.00		3,37		2,99		2,82

Sumber : Sentratama Multi Mesindo, 2021 (<https://forms.gle/ADRUcamQjq9W2HyR6>)

Berikut ini dipaparkan penjelasan masing – masing dari faktor kunci sukses pada tabel *Competitive Profile Matrix* diatas :

a. Kualitas

Kualitas merupakan seberapa baiknya kondisi barang yang diperdagangkan. Produk yang diperdagangkan baik oleh Sentratama Multi Mesindo maupun pesaingnya merupakan produk yang berkualitas dan bermerk. Hanya Pal Lima Teknik terkadang memperdagangkan produk yang sudah lama di gudang, sehingga terlihat sedikit kotor namun tetap berfungsi dengan baik.

b. Harga

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



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Harga merupakan seberapa besaran nilai yang ditawarkan yang harus dibayarkan pembeli kepada penjual pada produk tertentu. Sentratama Multi Mesindo menetapkan dengan mempertimbangkan harga yang ditawarkan oleh pesaingnya.

c. Lokasi

Lokasi merupakan tempat dimana suatu usaha dijalankan. Lokasi dari Sentratama Multi Mesindo terletak di tengah kota dimana ini merupakan daerah yang banyak orang berlalu lalang.

d. Pelayanan

Pelayanan tidak hanya berbicara soal bagaimana sikap penjual terhadap pembeli atau seberapa baiknya kinerja dari penjual. Pada kasus ini, pelayanan juga berbicara soal fasilitas lebih yang diberikan kepada pembeli, seperti yang dilakukan pada Sentratama Multi Mesindo, yaitu pelayanan antar jemput secara gratis. Hal ini merupakan upaya yang dilakukan Sentratama Multi Mesindo untuk memenangkan persaingan.

e. Promosi

Promosi merupakan kegiatan untuk memberi tahu kepada umum mengenai produk atau usaha untuk menarik calon konsumen agar memberi produk di usaha yang bersangkutan. Promosi yang dilakukan Sentratama Multi Mesindo yaitu promosi secara offline dengan menggunakan spanduk dan baliho, dan promosi secara online dengan menggunakan *Facebook Ads*. Dan hal ini yang membuat Sentratama Multi Mesindo lebih unggul dari pesaingnya.

f. Variasi Produk

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.



Variasi Produk menunjukkan bahwa ada berapa banyak varian produk yang diperdagangkan. Sentratama Multi Mesindo tidak terlalu banyak memiliki varian produk yang diperdagangkan, hanya merk tertentu saja.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Besaran rating dalam matriks CPM mengacu pada seberapa baik kinerja perusahaan di setiap aspeknya. Berkisar dari 4 hingga 1, dimana 4 berarti kekuatan utama (*major strength*), 3 berarti kekuatan kecil (*minor strength*), 2 berarti kelemahan kecil (*minor weakness*) dan 1 berarti kelemahan besar (*major weakness*).

Berdasarkan hasil yang disajikan pada tabel *Competitive Profile Matrix* diatas dengan nilai bobot yang ditetapkan berdasarkan kuesioner yang disebar di link <https://forms.gle/ADRUcamQjq9W2HyR6>, dapat disimpulkan bahwa Sentratama Multi Mesindo memperoleh angka skor tertinggi, yaitu di angka 3,37 dibandingkan dengan pesaingnya, yaitu Sumber Sentosa Teknik yang memperoleh angka 2,99 dan Pal Lima Teknik yang memperoleh angka 2,82. Hal ini menunjukkan bahwa Sentratama Multi Mesindo mampu bersaing dengan kompetitornya, yang dilihat secara keseluruhan dari segi kualitas barang yang dijual, harga barang yang ditawarkan, lokasi usaha, pelayanan yang diberikan, kegiatan promosi, serta variasi produk yang diperdagangkan. Kesimpulannya, Sentratama Multi Mesindo lebih unggul dalam segi pelayanannya dan segi promosinya dibandingkan dengan pesaingnya.

3.1 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Kotler (2020 : 74), menyatakan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah cara untuk melihat kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal dari perusahaan.

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.



Menurut Fred R. David (2016:251), menyatakan bahwa Matriks SWOT adalah suatu alat yang dapat dipergunakan perusahaan untuk menciptakan atau mengembangkan strategi yang terdiri dari empat jenis, yaitu strategi kekuatan dan peluang atau strategi SO (*Strength and Opportunity*), strategi kelemahan dan peluang atau strategi WO (*Weakness and Opportunity*), strategi kekuatan dan ancaman atau strategi ST (*Strength and Threat*), dan strategi kelemahan dan ancaman atau strategi WT (*Weakness and Threat*).

Lingkungan internal dari perusahaan itu meliputi kekuatan dan kelemahan dari perusahaan tersebut. Kekuatan adalah hal yang menjadi kelebihan dari suatu perusahaan yang digunakan sebagai “senjata” untuk bersaing dengan kompetitornya. Sedangkan kelemahan adalah suatu hal yang menjadi kekurangan dari suatu perusahaan yang dimana kelemahan ini dapat dijadikan keuntungan oleh para kompetitornya.

Lingkungan eksternal dari perusahaan itu meliputi peluang dan ancaman dari perusahaan. Peluang adalah suatu hal yang berada dari luar perusahaan sebagai kesempatan yang dapat dipergunakan agar perusahaan dapat berjalan dengan seoptimal mungkin. Sedangkan ancaman adalah hal yang berasal dari luar perusahaan yang menjadi hambatan terhadap perusahaan dalam menjalankan usahanya yang tentunya tidak menguntungkan.

Berikut ini adalah *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman) dari Sentratama Multi Mesindo :

a. *Strength* (Kekuatan)

Berbagai kekuatan dari Sentratama Multi Mesindo, terdiri atas :



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 1) Menyediakan pelayanan lebih, seperti layanan antar – jemput dan pelayanan tambahan lainnya.
- 2) Menggunakan media sosial dan lapak jual beli secara online dalam memasarkan produk – produknya.
- 3) Pelayanan yang mengutamakan kepuasan konsumen.
- 4) Kualitas yang terjamin.
- 5) Lokasi yang strategis.
- 6) Harga yang relatif murah.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Berbagai kelemahan dari Sentratama Multi Mesindo antara lain :

- 1) Kurangnya variasi terhadap produk yang diperdagangkan.
- 2) Masih belum menjual produk – produk untuk keperluan proyek lainnya seperti sepatu *safety*, rompi proyek, helm proyek, *webbing sling*, dan lain sebagainya.
- 3) Pengalaman yang masih kurang terhadap perbaikan mesin – mesin yang rusak.

c. *Opportunity* (Peluang)

Peluang dari Sentratama Multi Mesindo terdiri atas :

- 1) Permintaan akan barang yang tinggi di kota Jambi.
- 2) Barang dagangan yang selalu ada jika dibutuhkan.
- 3) Perkembangan teknologi yang pesat.
- 4) Belum sadarnya masyarakat sekitar bahwa mesin potong rumput dapat dikonversikan ke mesin pemanen sawit.

d. *Threat* (Ancaman)

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Ancaman yang dihadapi oleh Sentratama Multi Mesindo, antara lain :

- 1) Usaha yang mudah untuk ditiru, karena bergerak di bidang perdagangan semata.
- 2) Pesaing yang menyediakan produk yang lebih bervariasi.
- 3) Pesaing yang sudah berpengalaman terhadap perbaikan atas produk yang rusak.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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





Tabel 3.3

Matrix SWOT Sentratama Multi Mesindo

		<i>Strengths</i>		<i>Weaknesses</i>	
		1	2	1	2
<p>Internal</p> <p>Eksternal</p>	<p>1. Menyediakan pelayanan lebih, seperti layanan antar – jemput dan pelayanan tambahan lainnya.</p> <p>2. Menggunakan media sosial dan lapak jual beli secara online dalam memasarkan produk – produknya.</p> <p>3. Pelayanan yang mengutamakan kepuasan konsumen.</p> <p>4. Kualitas yang terjamin.</p> <p>5. Lokasi yang strategis.</p> <p>6. Harga yang relatif murah.</p>	<p>1. Kurangnya variasi terhadap produk yang diperdagangkan.</p> <p>2. Masih belum menjual produk – produk untuk keperluan proyek seperti sepatu <i>safety</i>, rompi proyek, helm proyek, <i>webbing sling</i>, dan selain sebagainya.</p> <p>3. Pengalaman yang masih kurang terhadap perbaikan mesin – mesin yang rusak.</p>			
	<p><i>Opportunities</i></p> <p>1. Permintaan akan barang yang tinggi di kota Jambi.</p> <p>2. Barang dagangan yang selalu ada jika dibutuhkan.</p> <p>3. Perkembangan teknologi yang pesat.</p> <p>4. Belum sadarnya masyarakat sekitar bahwa mesin potong rumput dapat dikonversikan ke mesin pemanen sawit.</p>	<p><i>SO Strategies</i></p> <p>1. Melayani konsumen yang ingin membeli produk secara online dan mengantarkan pesannya tersebut secara gratis. (S1, S2, S3, O3)</p> <p>2. Memberikan informasi kepada konsumen bahwa mesin potong rumput dapat dikonversikan menjadi mesin panen sawit dan mempelajari bagaimana mengkonversikan mesin tersebut. (S3, O3, O4)</p>	<p><i>WO Strategies</i></p> <p>1. Mulai menyediakan barang keperluan proyek seiring berjalannya usaha. (W2, O1, O2)</p> <p>2. Menjual produk – produk yang berkualitas dan merk produk yang sering dicari. (W1, O2)</p>		
	<p><i>Threats</i></p> <p>1. Usaha yang mudah untuk ditiru karena bergerak di bidang perdagangan semata.</p> <p>2. Pesaing yang menyediakan produk yang lebih bervariasi.</p> <p>3. Pesaing yang sudah berpengalaman terhadap perbaikan atas produk yang rusak.</p>	<p><i>ST Strategies</i></p> <p>1. Mengedepankan segi pelayanan dengan melayani konsumen secara ramah dan menjalin hubungan baik dengan konsumen. (S3, T2, T3)</p> <p>2. Melakukan modifikasi terhadap produk sehingga dapat meningkatkan nilai jualnya. (S3, T2)</p>	<p><i>WT Strategies</i></p> <p>1. Mencari tahu dan belajar tentang bagaimana cara memperbaiki mesin. (W3, T3)</p> <p>2. Mulai menyediakan produk yang lebih bervariasi seiring berjalannya waktu. (W1, T2)</p>		

Sumber: Sentratama Multi Mesindo

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)