

BAB III

ANALISIS INDUSTRI SERTA PESAING

3.1 Tren serta Pertumbuhan Industri

Analisis tren Pertumbuhan Industri dilakukan untuk mengetahui minat serta pertumbuhan dari industri yang sedang digeluti. Perihal terkait dilaksanakan bertujuan guna memperhitungkan layaknya usaha serta selayaknya menentukan strategu yang bakal dipergunakan usaha. Usaha bisnis PT. Unicom Muda Utama yang bergerak di bidang *Fiber Optic Cable* dikatakan menjanjikan, sebab banyaknya permintaan terhadap para perusahaan-perusahaan besar serta yang biasa saja, serta para individual yang membutuhkan jaringan kabel. Sebelum mendirikan bisnis serta setelah bisnis berjalan, para pembisnis menggunakan analisis industri serta pesaing

Analisis terkait dilakukan suatu perusahaan atau orang tertentu guna mengidentifikasi situasi didalam perusahaan, lingkungan eksternal yang terkait dengannya lingkungan mikro serta makro. Tentunya analisa mesti senantiasa dilaksanakan agar usaha berkemampuan mempertahankan situasi internal serta eksternal usaha, serta mampu menjagakan keberlangsungan usaha untuk kedepannya. Analisa yang dipergunakan guna memperhitungkan capaian ketertarikan sebuah usaha ialah tingkat trend pasar di pasar dengan sektor industri yang bersangkutan. Data yang dipergunakan ialah data yang ada di *Google Trends* di Indonesia diperhatikan melalui tabel di bawah terkait:

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 3.1

Data Google Trends

Tahun	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Unit	266	682	764	904	1111	1469

Sumber : *Google Trends*

© 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.

Data yang terlampir di atas ialah rincian data permintaan pasar produk serta jasa *Fiber Optic Cable* Indonesia yang telah diperhitungkan totalnya dari tahun 2016 – 2021 yang bersumber dari *Google Trends*. Data menunjukkan bahwasanya pasar permintaan pasar produk serta jasa *Fiber Optic Cable* menjalani pertumbuhannya yang signifikan per tahunnya, sebab perkembangan teknologi yang selalu membawa perubahan serta tak pernah mengalami penurunan dari tahun 2016 – 2021. Hal terkait mampu disimpulkan bahwasanya produk serta jasa *Fiber Optic Cable* begitu diminati di Indonesia serta memiliki daya tariknya yang optimal serta disertai prospek yang baik teruntuk di kala mendatang. Pertumbuhan serta kenaikan jumlah penduduk Indonesia pula menyokong perkembangan bisnis terkait dalam jumlah permintaan, sebab masyarakat memiliki gaya hidup yang selalu mengalami perubahan.

Ketersediaannya produk, peralatan, serta pemasok yang mampu membantu usaha terkait guna berjalan dengan baik serta mampu memasuki dunia usaha, ditambah lagi dengan banyaknya perusahaan yang menyediakan jasa pemasangan kabel. Usaha PT. Unicom Muda Utama memiliki beberapa pesaing, menjadikannya mesti menjalankan tahapan yang berani guna menghadapi pesaingnya yang sudah muncul.



3.2. Analisis Pesaing

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Ketika menjalankan suatu bisnis, sudah pasti terdapat kompetitor, dimana kompetitor tersebut memiliki kelebihan serta kekurangan yang berbeda dari bisnis yang kita jalani. Maka dari itu, Analisis pesaing dibutuhkan serta dilakukan untuk mengetahui apa saja yang mampu kita lihat serta evaluasi sebagai salah satu cara kita bersaing dengan para kompetitor yang terdapat.

Beberapa langkah untuk melakukan analisis pesaing, yakni :

a. Menentukan siapakah pesaing kita

Cara menentukan siapakah kompetitor kita, hal yang mampu dilakukan ialah dengan mengetahui kompetitor kita terlebih dahulu dengan mengetahui kategori-kategori dari kompetitor yang terdapat, yakni kompetitor yang langsung serta yang tak langsung. Kompetitor langsung mampu dilihat dari kompetitor bisnis yang melakukan bisnisnya dengan menawarkan produk atau layanan yang terlihat serupa dengan bisnism yang kita miliki. Sementara, kompetitor tak langsung ialah kompetitor bisnis yang melakukan bisnisnya dengan menyajikan produknya atau layanannya yang tak serupa tapi tetap melaksanakan pemenuhan keperluan pelanggannya yang serupa. Kala memantapkan kompetitor, kita tak boleh fokus terhadap salah satu antara dua kategori itu saja, tapi memperhatikan kedua kategori tersebut secara imbang bakal begitu baik untuk keberlangsungan usaha.

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.



b. Menentukan produk serta layanan yang ditawarkan competitor

Inti daripada bisnis pada industri manapun ialah produk serta layanan, ialah jadi tahapan pembuka bisnis guna melaksanakan analisa pesaing. Kita mampu mengawalinya mempergunakan penganalisan lini produk serta layanan lengkap competitor serta kualitas yang ditawarkannya. Kita pula mesti memerhatikan harga serta diskon yang ditawarkannya kepada target market.

Guna mampu menganalisa produk serta layanan competitor, terdapat sejumlah pertanyaan yang mampu dipikirkan semacam:

- 1) Apakah bisnis mereka menawarkan produk serta layanan pada harga terjangkau atau tinggi?
- 2) Apakah produk serta layanan competitor berfokus perihal penjualan volume atau pembelian satu kali?
- 3) Apa pangsa pasar competitor?
- 4) Apa karakteristik serta kebutuhan target market ideal mereka?
- 5) Apakah mereka mempergunakan strategi harga yang berbeda teruntuk pembelian online atau di toko *offline*?
- 6) Bagaimana competitor membedakan bisnis mereka dengan bisnis lainnya?
- 7) Bagaimana mereka melaksanakan perdistribusian produk ataupun layanan mereka?

© 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.



c. Bagaimana kompetitor memasarkan produk atau layanannya

Melihat bagaimana para kompetitor memasarkan produk atau layanannya berkemampuan memberikan kita pertimbangan terhadap apa yang mampu kita lakukan untuk bersaing dengan kompetitor kita. Melakukan pemasaran produk atau layanan dengan unik berkemampuan menarik para konsumen dari kompetitor untuk membeli produk atau layanan yang kita berikan.

d. Menganalisis kekuatan dan kelemahan dari pesaing

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

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



Berdasarkan penjelasan mengenai analisis pesaing yang dipaparkan, atas

beberapa pertimbangan, terdapat sebanyak 2 usaha dengan usaha yang sejenis dengan usaha penulis, 2 usaha tersebut yakni:

- a. Nama Usaha : *Fiber Optic* Jakarta
Alamat : Jl. Pulo Sirih Raya Boulevard EB-145D
Grand Galaxy City, RT.007/RW.014, Jaka Setia, Bekasi Selatan Bekasi City West Java ·
Harga Produk : Relatif murah
Promosi : Kurang
Kualitas Produk/Jasa : Baik
Pelayanan : Baik
- b. Nama Usaha : *Fiber Star*
Alamat : Menara Kadin 6th Floor, Blok X5 Kav. 2-3,
Jl. H. R. Rasuna Said, RT.1/RW.2, Kuningan Tim., DKI Jakarta, 12950, Indonesia
Harga Produk : Relatif murah
Promosi : Moderat
Kualitas Produk : Kurang
Pelayanan : Kurang

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 3.2

Analisis Pesaing

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
<i>Fiber Optic</i> Jakarta	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Good reviews</i> dari orang-orang yang telah menggunakan jasanya. - Menyediakan proyek pemasangan CCTV 	<ul style="list-style-type: none"> - Produk yang disediakan tak terlalu banyak - Tak menyediakan penjualan barang mandiri, Sekadar menyediakan pemasangan
<i>Fiber Star</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Harga yang tak terlalu mahal - Respon yang begitu baik dari para pegawai 	<ul style="list-style-type: none"> - Tak Menyediakan banyak <i>service</i>

3.3 Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan Analisis yang melibatkan beberapa faktor di dalamnya, untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keadaan dan kelangsungan operasional perusahaan. Sedangkan menurut Aslin Yuliana dan Didip Diandra (2017), Analisis PESTEL melibatkan evaluasi terhadap dampak politik, sosial, ekonomi, teknologi, lingkungan dan hukum dalam sebuah perusahaan. Berikut adalah yang termasuk dalam analisis PESTEL:

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.



a. Politik

Kondisi Politik yang terdapat di sekitar area bisnis serta negara mampu berpengaruh terhadap kelangsungan usaha. Maka dari itu, regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah dibutuhkan untuk mendukungnya jalannya perusahaan, jika di dalam negeri terdapat konflik yang berhubungan dengan politik negara, mampu jadi pemerintah mengeluarkan regulasi yang mampu merugikan para pengusaha. Untuk mencegah kerugian terkait, dibutuhkannya strategi yang tepat, serta menunjukkan ketertarikan dari usaha yang dijalani, keadaan politik sendiri pula mampu mempengaruhi suasana serta pertumbuhan usaha, maka dari itu, kita sebagai pemilik mesti mempunyai *backup plan*, untuk menentukan apa yang nanti bakal mampu dilakukan untuk menutupi kekurangan jika ada sesuatu buruk terjadi. Serta keadaan politik dalam setahun, mampu berubah dengan cepat. Serta dengan menciptakan usaha terkait pula mampu membantu negara dalam menyelesaikan satu masalahnya yakni pengangguran. Banyaknya tingkat pengangguran mampu mempengaruhi kondisi politik di suatu negara, sebab banyaknya pengangguran yang menyalahkan pemerintah terhadap lapangan kerja yang sedikit, tapi faktanya memang lapangan kerja banyak yang tersebar serta masyarakat yang tak memiliki kemampuan ataupun skill yang dibutuhkan untuk pekerjaan tersebut.

© 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.



b. Ekonomi

Dengan adanya pengaplikasian sistem yang pas, suatu negara mampu menyudahi serta mengontrol kendala-kendala yang bersangkutan pautan perihal perekonomian. Perihal terkait dilaksanakan supaya negara menggapai kesejahteraan per lapisan masyarakatnya. Setiap negara mempunyai sistem ekonomi, dimana sistem ekonomi terkait berfungsi untuk menjadi penyokong berlakunya produksi. Jika suatu sistem perekonomian baik, maka para pelaku ekonomi pun mampu melakukan usaha serta membantu jalannya perekonomian negara. Semua negara memiliki ekonomi yang berfungsi sebagai status apakah negara itu masuk kedalam kategori negara berkembang ataupun maju. PT. Unicom Muda Utama ialah diantara perusahaan yang turut campur perihal ikut mengembangkan ekonomi negara dengan cara membayar pajak, serta pula PT. Unicom Muda Utama menyediakan lapangan kerja untuk para masyarakat untuk mendongkrak per-ekonomian masyarakat itu sendiri

c. Sosial

Dalam lingkungan sosial, kita mampu melihat tingkah laku masyarakat yang terdapat di dalam wilayah tersebut. Di era sekarang, semua sudah memasuki era *digital*, dimana 8 dari 10 orang dalam 1 daerah sudah mempunyai *gadget* serta membutuhkan koneksi internet untuk menggunakan handphone tersebut.

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

Tanpa adanya koneksi internet di zaman sekarang, handphone yang dipergunakan tak bakal mampu maksimal, dengan kemunculan game-game yang membantu para masyarakat untuk mengisi waktu kosongnya, koneksi internet sangatlah penting.

Penilaian masyarakat sosial terhadap suatu merek atau layanan pun menjadi kunci utama dalam pemilihan produk atau jasa. Dimana jika masyarakat telah mengetahui bahwasanya terdapat 1 merek yang begitu bagus serta mereka sudah mencoba untuk memakai produknya, kesempatan masyarakat untuk menggunakan produk lain dengan kualitas yang tak kalah bagusnya sangatlah kecil. Begitu pula dengan pelayanan jasa yang memiliki kualitas begitu bagus.

Usaha PT. Unicom Muda Utama memanfaatkan peluang yang begitu diminati serta dibutuhkan banyak masyarakat untuk mendapatkan koneksi internet yang mampu dipergunakan untuk melakukan segalanya. Selain PT. Unicom Muda Utama menyediakan pemasangan untuk project perusahaan yang membutuhkan dengan menyediakan jaringannya sendiri sehingga perusahaan tak mesti menyediakan kabelnya sendiri, melainkan sudah satu paket dengan pemasangan yang diberikan oleh PT. Unicom Muda Utama.

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.



d. Teknologi

Teknologi informasi tak terpisahkan dari kehidupan manusia setiap harinya serta memiliki suatu peran yang krusial guna kelangsungan pembangunan kehidupan bermasyarakat, serta perihal paparan terkait pula ialah hal yang penting bagi sebuah perkembangan bisnis. Dalam era 4.0, yakni pengintegrasian antara *transfer* data teknologi komunikasi serta informasi begitu mampu mengubah sistem bisnis terdahulu. Perihal terkait mampu dijadikan ancaman terbesar, tapi mampu dijadikan sebagai peluang yang begitu besar teruntuk para pengusaha baru, terutama PT. Unicom Muda Utama yang bergerak di bidang teknologi.

Teknologi sudah dianggap sebagai penggunaan sehari-hari, sebab dengan adanya teknologi maka Sebagian besar usaha bisnis mampu berjalan. Teknologi pula membantu Usaha PT. Unicom Muda Utama dalam kegiatan sehari-hari, yang membutuhkan koneksi internet untuk mampu menjangkau serta mengerjakan pekerjaan yang memang membutuhkan koneksi sebagai hal utamanya, baik secara *online* (untuk menjangkau customer), serta *offline* (pencatatan penjualan, pemasukan, serta pengeluaran).

Untuk Promosi serta penjualan, PT. Unicom Muda Utama melakukan promosi melalui *website* yang terdapat, dimana pada *website* terkait, terdapat semua informasi yang dibutuhkan oleh para *supplier*, semacam *Service* yang disediakan, penjualan alat-alat yang dibutuhkan, serta harga yang terdapat.

© 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.



e. Lingkungan

Dalam Menjalankan usaha *Fiber Optic Cable*, PT. Unicom Muda Utama mesti memperhatikan penempatan lingkungan, dalam kasus terkait, PT. Unicom Muda Utama mendirikan usahanya di daerah Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Di daerah terkait, PT. Unicom Muda Utama berusaha untuk memanfaatkan peluang sebab PT. Unicom Muda Utama ialah usaha yang bergerak di bidang pemasangan jaringan. Jika dimana tempat yang tak mempunyai jaringan yang memumpuni, bakal menghambat kegiatan operasional serta sehari-hari, inilah yang ingin dimanfaatkan oleh PT. Unicom Muda Utama dalam mendirikan usahanya di daerah Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

f. Legal

Dalam membangun sebuah usaha, aspek *Legal* serta Hukum mesti begitu diberikan perhatian sebab bakal begitu berpengaruh perihal jalannya perusahaan serta terdapat banyak *point* tentang apa yang boleh dilakukan serta tak di dalam hukum yang berlaku. Maka dari itu, dalam pembangunan usaha bakal membutuhkan perizinan kepada pihak yang berwajib, untuk mendaftarkan namanya kepada pihak berwajib. Aspek hukum serta *legal* disini ialah untuk membahas tentang hukum yang berlaku.

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

Analisis Pestel

<i>Politic</i>	<i>Economy</i>	<i>Social</i>	<i>Technology</i>	<i>Environment</i>	<i>Legal</i>
Kondisi Politik mampu berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan. Jika kondisi politik di suatu negara membaik, berarti pengusaha juga dapat merasakan dampak baiknya, demikian juga sebaliknya	Meningkatnya tingkat pengangguran karena ekonomi negara yang kurang stabil akibat pandemi ini, banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaan dan terpaksa menganggur, tetapi ada juga masyarakat yang akhirnya memilih untuk membuka usaha sendiri	Meningkatnya kriminalitas dikarenakan ekonomi yang sedang memburuk, serta banyak masyarakat yang kesusahan dalam hidup sehari-harinya, di satu sisi penggunaan handphone membantu masyarakat dalam mengisi waktu luangnya sehari-hari.	Perkembangan teknologi tidak terlalu berpengaruh karena pandemi ini, bahkan teknologi informasi semakin berkembang seiring berjalannya waktu dan mampu memudahkan masyarakat dalam mengakses berita dan penggunaan teknologi sangat membantu perusahaan dalam kegiatan operasionalnya setiap hari.	PT.Unicom Muda Utama menempatkan usahanya di daerah yang mampu mendukung kegiatan operasional dari PT.Unicom Muda Utama.	Dalam membangun sebuah usaha, aspek <i>legal</i> serta hukum akan begitu berpengaruh terhadap jalannya perusahaan dan banyak hal yang bertentangan untuk dilakukan dalam hukum. Maka dari itu, aspek <i>legal</i> serta hukum harus diperhatikan oleh semua perusahaan yang sedang ber-operasi.

Sumber : PT. Unicom Muda Utama

3.4 Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Pesaingan model Porter (*Porter Five Forces Business Model*)

Analisis Pesaing menggunakan Porter *Fiver Forces Business Model* wajib digunakan oleh suatu perusahaan dalam membuat strategi untuk bertahan. Menurut Porter dalam Rahma dan Pradhanawati (2018), *Analisis Five Forces Porter* (Model Lima Kekuatan Porter) adalah pendekatan yang digunakan oleh suatu perusahaan dalam mengetahui strategi yang dipakai oleh banyak industri.

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)

Persaingan bakal terjadi dimana-mana, sebab banyaknya inovasi serta produk yang sudah terdapat, serta dalam mengidentifikasi setiap aspek dalam elemen kunci, pendekatan terkait mampu membantu pembisnis dalam melihat keperkasaan persaingannya yang mampu memengaruhi usaha. Berikut ialah analisa *Porter Five Forces Business Model* perihal PT. Unicom Muda Utama:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Gambar 3.1: Lima Kekuatan Persaingan Porter



Sumber : Google

a. Ancaman pendatang baru di pasar yang serupa

PT. Unicom Muda Utama mesti berhati-hati terhadap ancaman dari pesaing baru yang memasuki bidang teknologi *Fiber Optic Cable*, dikarenakan perkembangan dari teknologi dari tahun ke tahun semakin membaik, maka banyaknya bisnis baru yang terjun kedalam bisnis yang berbasis teknologi pula, serta terkait bakal menjadi ancaman bagi PT. Unicom Muda Utama.

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



1. 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.

b. Kekuatan Penawaran Pembeli

Produk yang disediakan oleh PT. Unicom Muda Utama ialah produk yang lumayan ramai pencarinya serta peminatnya dari para pembeli serta produk yang disediakan pula memiliki kualitas yang memang sudah terpercaya, Selain untuk menjadi penggunaan pribadi, mampu pula untuk dijual kembali. Hal terkait mengakibatkan banyak pembeli yang berkemampuan melakukan negosiasi terhadap suatu produk dalam pembelian barang atau jasa, sebab pembeli mempunyai kekuatan untuk melakukan negosiasi mendapatkan suatu barang serta jasa. Serta pihak penjual memerlukan pembeli untuk menjalankan bisnisnya, sehingga negosiasi yang terjadi bakal membuat kedua belah pihak mendapatkan kesepakatan yang baik. Hal terkait dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pembeli. Dan sistem pemesanan yang dipergunakan PT. Unicom Muda Utama berkemampuan menerima jumlah yang tak ada batasannya dengan biaya yang tergolong relatif murah. Disertai optimalnya totalan spesifikasi permintaan pembeli, menjadikannya mampu disebutkan bahwasanya daya tawar dari para pembeli dikategorikan kuat.

c. Ancaman Barang Pengganti

Sebagai usaha yang mempunyai *supplier* bakal suatu barang untuk menjalankan usaha dari PT. Unicom Muda Utama, ada beberapa kemungkinan bahwasanya barang yang disediakan oleh para *supplier* PT. Unicom Muda Utama mampu dibuat replika dari perusahaan lain, Namun mengingat bahwasanya produk yang disediakan oleh para *supplier* ialah



barang yang memiliki kualitas bagus serta tak gampang untuk membuat barang tersebut, maka mampu dikatakan bahwasanya produk pengganti tak sebanding dengan jumlah permintaan produk luar. Menjadikannya mampu dinamai ancaman produk pengganti disebutkan rendah.

d. Kekuatan Penawaran Pemasok

Pemasok ialah penyedia produk dalam kuantitas yang besar untuk sebuah perusahaan, sehingga daya tawar pemasok untuk pasar pengusaha jaringan *Fiber Optic Cable* mampu dikatakan kuat, sebab biasanya perusahaan membutuhkan banyaknya jumlah produk yang beraneka ragam kualitasnya, dengan beredar luasnya alternatif produk yang didapatkan, maka pemasok bakal begitu mudahnya mengorganisir permintaan dari usaha para pengusaha *Fiber Optic Cable* sebab usaha dari pemasok tersebut dilakukan agar tak kehilangan pelanggan, serta pula begitu mudahnya mengatur harga serta spesifikasi pemesanan.

e. Persaingan antar perusahaan dalam industri yang serupa

Usaha PT. Unicom Muda Utama ialah penyediaan jasa berupa *Fiber Optic Cable* yang tak terlalu banyak terdapat dalam pasar. Persaingan di dalam pasar *Fiber Optic Cable* terbilang rendah dikarenakan jasa yang dicari terbilang mahal serta tak banyak tersebar luas. Mengetahui banyaknya kebutuhan bakal jasa jaringan, utamanya pada areal JABODETABEK, mampu dimantapkan permintaan begitu besar.

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.



Perihal terkait menyebabkan pula optimalnya pesaing yang berkeinginan memasuki pasar *Fiber Optic Cable*, serta pula melahirkan strategis terbaharukan serta berbeda yang dipergunakan per pesaing, semacam *Fiber Optic* Jakarta yang menyediakan layanan pemasangan CCTV, selain menyediakan jasa *Fiber Optic Cable*, dengan harga yang menampilkan harga dari website. dimana pembeli bakal mengetahui harga asli produk tersebut serta ada toko fisiknya yang berada di Jakarta yang tentunya mampu didatangi pembeli sekitar disana. Makanya persaingan antara usaha yang menempati pasar yang serupa mampu terbilang tinggi.

3.5 Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matriks/CPM*)

Alat strategis yang biasa dipergunakan untuk mengetahui perbandingan antara perusahaan kita serta para pesaingnya serta mengungkapkan kelemahan serta kekuatan dari masing-masing usaha yang berjalan biasa disebut pula *The Competitive Profile Matrix* (CPM).

Menurut Nurrokhman (2018), *Competitive Profile Matrix* berfungsi untuk membandingkan kekuatan perusahaan sendiri dengan para pesaingnya, di industri tertentu. CPM (*Competitive Profile Matrix*) berkemampuan membantu perusahaan dalam memahami lingkungan eksternal serta internal. Alat terkait bekerja dengan cara melakukan identifikasi terlebih dahulu dengan pesaing utama satu perusahaan serta melakukan perbandingannya dengan mempergunakan faktor penentu kesuksesan industri.

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.



Penggunaan alat CPM oleh perusahaan biasanya dipergunakan teruntuk begitu mengerti lingkungan eksternal serta persaingan dalam industri terkhusus. Matriks terkait berkemampuan melakukan identifikasi terhadap pesaing utama perusahaan serta perbandingan tersebut dengan mempergunakan faktor penentu kesuksesan industri. Analisa terkait pula menyibakkan kekuatan serta kelemahan relatif perusahaan perihal pesaingnya, sehingga perusahaan bakal paham, areal manakah yang mesti dioptimalkan serta, areal manakah yang mesti dilindungi.

Penggunaan CPM oleh perusahaan melakukan analisis para pesaing berkemampuan memberikan hal yang positif. Dalam CPM, analisis dilakukan secara keseluruhan, yang meliputi dua faktor yakni faktor eksternal serta faktor internal. Hal terkait berbeda dengan evaluasi kondisi internal serta eksternal perusahaan melalui evaluasi faktor internal (IFE) serta evaluasi faktor eksternal (EFE) yang sekadar melibatkan faktor internal serta eksternal.

a. Critical Succes Factor

Faktor-faktor penentu kesuksesan (*CSF*) ialah faktor-faktor yang mesti diperhatikan dalam tingkat keunggulan yang tertinggi, agar mengetahui hal apakah yang membuat kita unggul dari para pesaing, Jika organisasi atau bisnis ingin sukses dalam industri tertentu. Matriks profil persaingan pula dipergunakan oleh perusahaan khususnya guna mengidentifikasi apakah kelemahan serta kelebihan daripada perusahaan sendiri dengan para pesaing yang terdapat serta mengetahui langkah atau rencana selanjutnya untuk mengembangkan keunggulan serta memperkecil kelemahan dari suatu perusahaan.

Berikut pula ialah beberapa point penting terkait penilaian dari CPM:

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.



1) *Rating* (Peringkat)

Peringkat dalam CPM melambangkan capaian kebaikan perusahaan dalam setiap bidangnya per arealnya. Setiap penilaian menggunakan sistem point, semacam contoh. Mereka berkisar antara 4 sampai 1, dimana 4 bermakna perusahaan memiliki kekuatan yang begitu kuat, kekuatan 3 – minor, kelemahan, 2 – minor serta 1 – kelemahan yang terkrusial. Rating, serta bobot, diserahkan secara subyektif teruntuk per perusahaan, tapi prosesnya mampu dilaksanakan begitu mudahnya mempergunakan perbandingan. Benchmarking memaparkan capaian kebaikan perusahaan melaksanakan perbandingan dibanding satu sama lain atau rerata industri. Berikut ialah beberapa point yang penting terkait dalam CPM :

- a) Rating bakal diperhitungkan ke setiap *critical success factor*.
- b) Perusahaan yang memiliki kekurangan besar dalam *critical success factor* bakal diwakili oleh angka 1. Hal terkait menunjukkan kelemahan utama dalam perusahaan yang terdapat di beberapa faktor dalam bersaing dengan perusahaan lainnya
- c) Perusahaan yang memiliki point rerata perihal *critical success factor* direpresentasikan oleh angka 2. Perihal terkait memaparkan kelemahan

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.

minor dalam perusahaan dalam beberapa faktor dalam bersaing dengan perusahaan lainnya

- d) Respon diatas rata-rata terhadap *critical success factor* direpresentasikan oleh angka 3. Perihal terkait memaparkan bahwasanya faktor terkait jadi kekuatan minor perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya
- e) Respon perusahaan yang superior terhadap *critical success factor* bakal direpresentasikan oleh angka 4. Perihal terkait memaparkan bahwasanya faktor terkait jadi kekuatan utama perusahaan perihal bersaing dengan perusahaan lainnya

b. *Weight* (Bobot)

Setiap faktor penentu kesuksesan mesti diberikan bobot berawal dari 0,0 (kurang penting) hingga 1,0 (begitu penting). Angka terkait memaparkan besaran kepentingan t faktor terkait perihal kesuksesan di industri terkait. Jikalau tiada bobot yang dimantapkan, semua faktor bakal serupa urgensinya, yang ialah skenario yang tak mungkin ataupun tiada memungkinkan, sebab dari perusahaan pasti ada salah satu hal yang kurang penting serta begitu penting untuk diperhitungkan. Jumlah seluruh bobot mesti serupa dengan 1.0. Faktor terpisah tiada diperbolehkan begitu banyaknya penekanan (memberi bobot 0,3 ataupun begitu) sebab keberhasilan perihal industri jarang dipastikan oleh satu ataupun sejumlah faktor.

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.



c. Total Weighted Score

Total *Weighted score* ialah totalan daripada seluruh nilai dalam faktor-faktor yang terdapat. Nilai akhir dari totalan skor tertimbang mesti diantara rentang 1,0 (rendah) menuju 4.0 (tinggi). Nilai rata tertimbang teruntuk CPM matriks ialah 2,5 point serta jika per perusahaan mempunyai totalan skor dibawah 2,5, maka bakal dikatakan lemah. Serta jikalau totalan skor tertimbang yang diatas dari 2.5 point terkait, maka bakal dikatakan selayaknya perusahaan yang kuat. Perusahaan yang mempunyai nilai tertimbang begitu tingginya bakal dikatakan selayaknya perusahaan yang begitu kuat dibandingkan dengan para pesaingnya.

Berikut ialah tabel *Competitive Profile Matrix* yang membandingkan Usaha PT. Unicom Muda Utama dengan usaha lainnya :

Tabel 3. 4

***Competitive Profile Matrix* Usaha PT. Unicom Muda Utama**

No	Critical Succes Factors	Bobot	Fiber Optic Jakarta		Fiber Star		PT. Unicom Muda Utama	
			Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor
1.	Kualitas Produk	0,17	4	0,69	2	0,34	4	0,69
2.	Kualitas Jasa	0,17	4	0,68	2	0,34	3	0,51
3.	Pelayanan Prima	0,17	4	0,68	2	0,34	3	0,51
4.	Harga Terjangkau	0,17	3	0,50	3	0,50	3	0,50
5.	Promosi Menarik	0,16	2	0,31	3	0,47	3	0,47
6.	Loyalitas Pelanggan	0,17	4	0,66	4	0,66	3	0,50
		1		3,52		2,66		3,17

Sumber : *Kuisisioner* PT. Unicom Muda Utama



Tabel Competitive Profil Matrix (CPM) di atas terdiri dari beberapa faktor.

Setiap faktor kunci yang ada diberikan sejumlah nilai bobot (*weight*), di mana semakin besarnya nilai ini menunjukkan bahwa semakin besar juga pengaruhnya. Total nilai dari seluruh pembobotan harus berjumlah satu. *Rating* yang merupakan penilaian dari satu sampai empat untuk masing-masing perusahaan, angka satu menunjukkan bahwa perusahaan tidak memiliki kontrol yang baik terhadap faktor tersebut, dan angka empat yang menunjukkan perusahaan memiliki kontrol yang sangat baik terhadap faktor tersebut. Dan juga *score* yang merupakan pengkalian antara *weight* dan *rating* dari masing-masing perusahaan, perusahaan yang memiliki *total score* yang tertinggi adalah perusahaan yang unggul.

Berikut adalah penjelasan terhadap *rating* dan *skor* yang telah ditetapkan berdasarkan **tabel 3.4:**

a. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Dalam Tabel CPM 3.4, PT. Unicom Muda Utama mendapatkan rating 4 karena kualitas dari produknya yang diciptakan dengan menggunakan material terbaik, serta terjamin keaslian barang tersebut original dari pabrik, bukan produk yang diambil dari produsen lainnya. Selain PT.Unicom Muda Utama, Fiber Optic Jakarta juga mendapatkan

rating 4 dalam kualitas produk dan Fiber Star mendapatkan rating 2 yang terbilang dibawah rata-rata karena review dari orang-orang yang mengatakan bahwa produk yang disediakan oleh Fiber Star tidak memiliki kualitas yang baik. PT.Unicom Muda Utama menyediakan kualitas produk yang sama dengan Fiber Optic Jakarta yang lebih unggul dari Fiber Star.

Berikut merupakan bukti-bukti dari hasil analisa mengenai kualitas produk :

Gambar 3.2
Review Produk Fiber Star



Sumber : Facebook

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

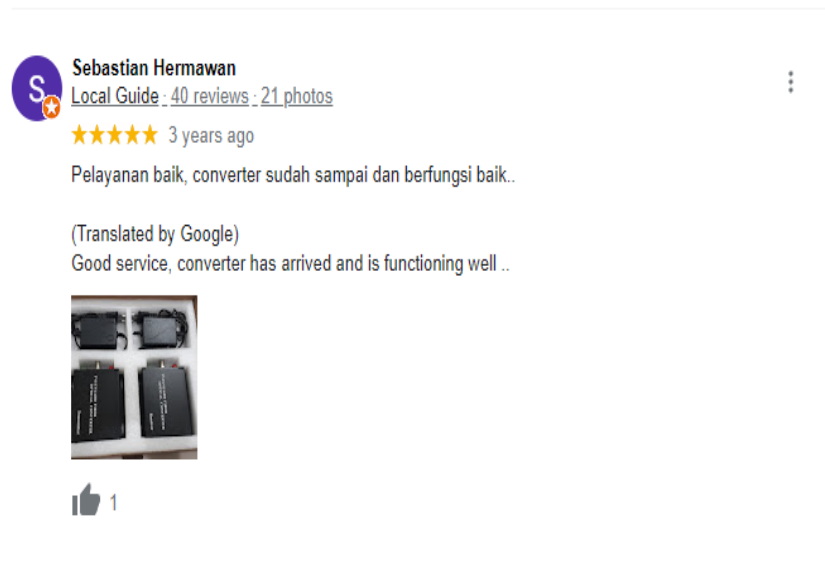
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Gambar 3.3

Review Produk Fiber Optic Jakarta



Sumber : Google

b. Kualitas Jasa

Kualitas jasa merupakan faktor yang tak kalah penting dalam persaingan di bidang jasa, semakin kualitas jasa yang diberikan semakin baik, maka untuk mendapatkan loyalitas dan customer baru akan dengan mudah dilakukan.

Dalam Tabel CPM 3.4, PT. Unicom Muda Utama mendapatkan rating 3 yang berarti hampir mendekati kualitas jasa yang sempurna, dan pesaing dari PT. Unicom Muda Utama yaitu Fiber Optic Jakarta dan Fiber Star masing-masing mendapatkan rating 4 dan 2, yang berarti Fiber Optic Jakarta sudah diakui oleh para customer yang menggunakan jasanya itu, dan Fiber Optic memiliki kekurangan yang sangat tidak baik di mata para customer yang melakukan *review* terhadap jasa yang telah diberikan oleh kedua pesaing tersebut.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.

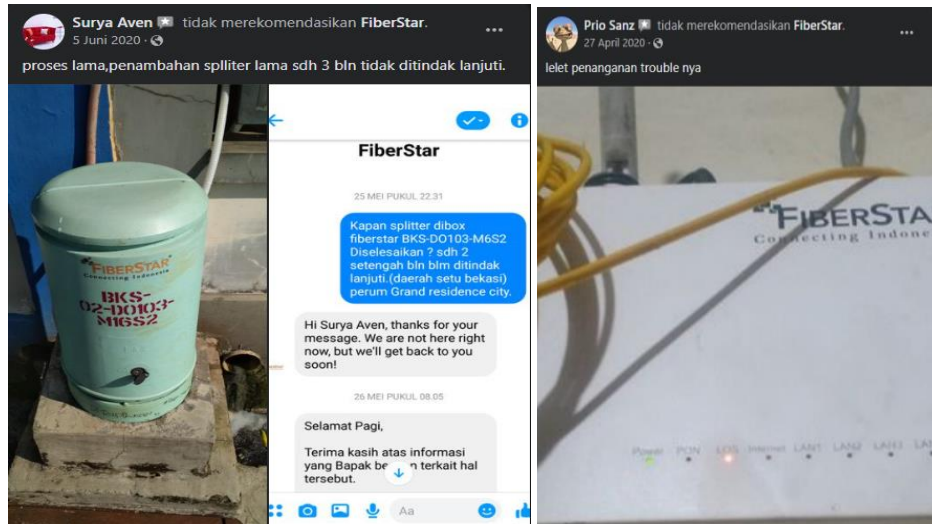


Berikut merupakan bukti-bukti dari hasil analisa mengenai

kualitas jasa :

Gambar 3.4

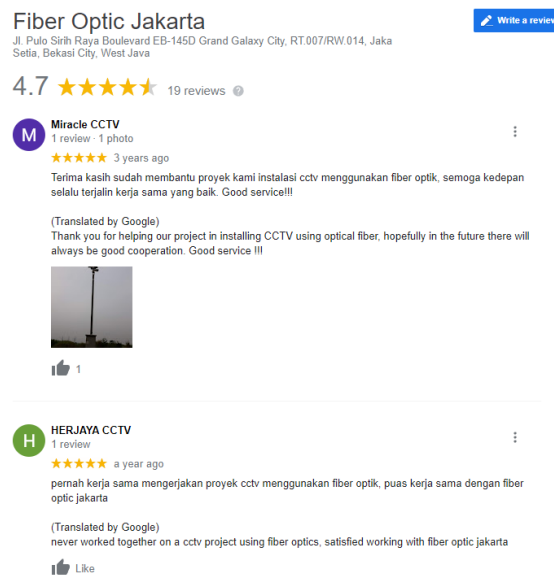
Review Jasa Fiber Star



Sumber : Facebook

Gambar 3.5

Review Jasa Fiber Optic Jakarta



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



c. Pelayanan Prima

Pelayanan adalah salah satu faktor yang paling penting dalam bidang jasa, karena kita berhubungan langsung dengan konsumen. Dan pelayanan merupakan *intangible* yang artinya tidak akan terpisahkan, seperti konsumen yang membeli barang dari kita, memerlukan juga bantuan dari kita untuk melakukan pemasangan produk tersebut. Pelayanan merupakan cerminan dari bisnis yang sedang berjalan, jika dimana pelayanan yang diberikan sangatlah baik, maka bisnis yang berjalan juga akan dilihat sebagai bisnis yang bagus dan dapat memberikan *customer satisfaction* serta brand image yang baik.

Pelayanan juga sangatlah banyak, tidak hanya kita membantu pemasangan barang, tetapi kita juga memberikan pelayanan seperti pengantaran barang yang tepat waktu, cara *customer service* kita menanggapi keluhan dari para customer, serta pelayanan yang baik akan membuat kita lebih unggul dari para kompetitor yang lainnya. Para *staff* yang bekerja di PT. Unicom Muda Utama telah diberikan *training* yang mempunyai nilai dasar dalam memberikan pelayanan yang terbaik dan sudah ditanamkan dalam diri sejak pertama kali mereka bekerja di PT. Unicom Muda Utama.

Dari Tabel CPM 3.4, rating untuk pelayanan Fiber Optic Jakarta mendapatkan rating 4 karena sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan sebelumnya, dan sudah mendapatkan pengakuan dari para customer yang memakai jasa mereka, serta PT. Unicom Muda Utama mendapatkan rating 3, yang artinya dimana pelayanan yang diberikan masih kurang sedikit dari yang *perfect*. Sedangkan Fiber Star mendapatkan rating 2

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

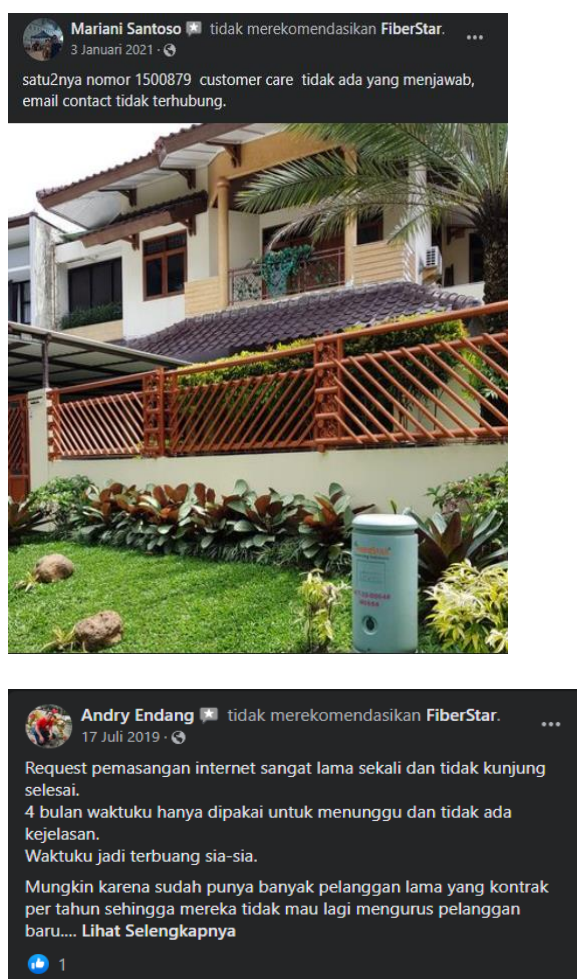
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan oleh Fiber Star dan review dari para *customer* yang telah memakai jasanya. PT. Unicom Muda Utama memberikan pelayanan tidak hanya melalui jasa fisik saja seperti pemasangan, tetapi melakukan pelayanan juga melalui toko *online* yang bisa dituju orang melalui website yang tersedia.

Berikut merupakan bukti-bukti dari hasil analisa mengenai kualitas pelayanan :

Gambar 3.6
Review Pelayanan Fiber Star



Sumber : Facebook

© 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 3.7

Review Pelayanan Fiber Optic Jakarta



Sumber : *Google*

d. Harga Terjangkau

Kompetisi harga dari berbagai usaha menjadi salah satu faktor utama juga yang diperhatikan oleh para konsumen, dimana jika konsumen berhasil menemukan harga yang terbaik dengan kualitas dan pelayanan yang diterima setara dengan harganya, maka usaha tersebut telah sukses dalam mendapatkan customer satisfaction. Para konsumen juga akan mencari harga yang terjangkau dengan memperhatikan daya beli dari para konsumen sendiri. Dalam perbandingan harga, para pelaku usaha juga harus menentukan siapakah target pasarnya, dan apakah harga yang ditetapkan memang sesuai dengan kualitas yang diberikan. Dalam Tabel CPM 3.4, Penulis memberikan semua perusahaan termasuk PT. Unicom Muda Utama dengan rating 3, karena menurut penulis, harga yang diberikan oleh ketiga usaha tersebut memiliki kemiripan dalam segi harganya.

PT. Unicom Muda Utama serta para pesaingnya memiliki harga yang memiliki kemiripan serta memiliki harga yang terjangkau untuk para perusahaan-perusahaan yang membutuhkan teknologi yang disediakan ketiga perusahaan tersebut.

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.



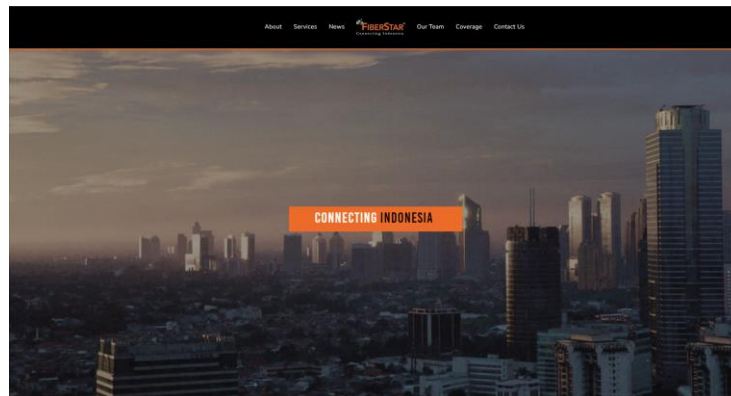


Gambar 3.8

Promosi Menarik oleh Fiber Optic Jakarta dan Fiber Star



Sumber : <https://www.fiberopticjakarta.com/>



Sumber : <https://www.fiberstar.co.id/home>

e. Promosi Menarik

Promosi dilakukan dengan bertujuan untuk menginformasikan tentang eksistensi perusahaan, produk, dan fungsi dari produk yang ditawarkan. Usaha PT.Unicom Muda Utama memaksimalkan promosi melalui media online, seperti Instagram, Facebook, dan Twitter dan juga website yang tersedia, Namun promosi utama akan lebih terarah kepada Instagram, dikarenakan Instagram merupakan platform media sosial yang paling ramai dipakai oleh anak muda. Penggunaan media sosial seperti Facebook juga akan tetap dijalankan, namun tidak seintens pada Instagram dan website PT.Unicom Muda Utama pribadi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Pesaing seperti Fiber Star dan Fiber Optic Jakarta melakukan promosinya melalui *website* juga, dan juga melakukan promosi pada media sosial, namun Fiber Star banyak berpusat pada *website* dan toko fisiknya, sehingga Fiber Star mampu menunjukkan eksistensinya di media social dan secara toko fisik. Akibat itu, banyak calon pembeli yang masih asing atau lebih memilih membeli ditoko fisik tersebut. Maka dari itu, nilai CPM kedua pesaing tersebut berada pada rating 2 untuk Fiber Optic Jakarta dan 3 untuk Fiber Star, dan serta Usaha PT.Unicom Muda Utama mendapatkan rating 3.

f. Loyalitas pelanggan

Dalam Industri jasa dan teknologi dan bidang usaha lainnya, salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan untung yang maksimal adalah memberikan yang terbaik dan mendapatkan loyalitas pelanggan tersebut. Salah satu cara untuk mendapatkan loyalitas pelanggan adalah dengan memberikan pelanggan pelayanan, produk, dan harga yang baik dan menjalin hubungan yang baik dengan para konsumen. Dengan adanya loyalitas dari para pelanggan, maka para pelanggan tersebut akan melakukan pembelian ulang, serta jika mereka senang dengan perusahaan yang kita jalankan, pelanggan secara tidak langsung dapat membantu perusahaan dalam mempromosikan perusahaan yang sedang kita jalani.

PT. Unicom Muda Utama serta para pesaingnya mendapatkan rating 3 dari segi loyalitas pelanggan, PT.Unicom Muda Utama serta para pesaingnya bergerak di bidang yang sama, yaitu di bidang penjualan dan jasa teknologi. Loyalitas pelanggan yang di dapatkan oleh ketiga

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.

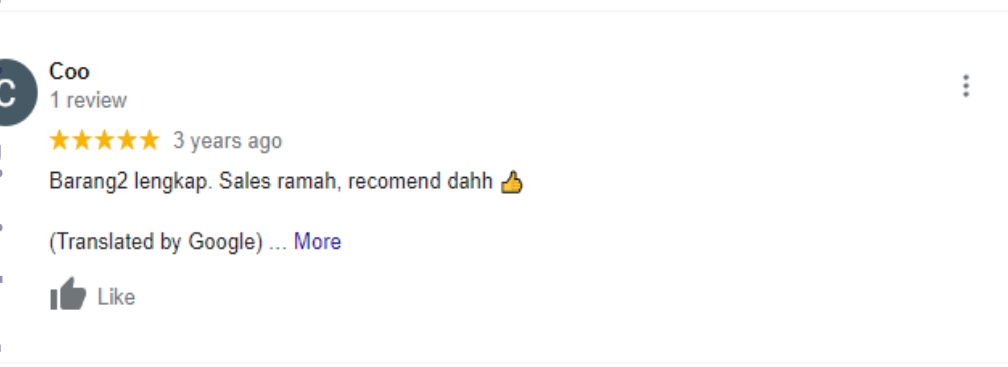
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

perusahaan tersebut didapatkan dengan memberikan pelayanan, menyediakan produk serta jasa yang dibutuhkan oleh para pelanggan, dan ketiga perusahaan ini mempunyai pelanggan yang memiliki loyalitasnya masing-masing, dikarenakan pelanggan mempunyai preferencinya masing-masing terhadap suatu perusahaan.

Dari para penjelasan dan tabel yang telah dijelaskan oleh penulis, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa pesaing dari PT. Unicom Muda Utama yaitu Fiber Optic Jakarta, memiliki peringkat pertama dalam persaingan dengan total nilai 3,52, diikuti dengan peringkat ke 2 yaitu PT. Unicom Muda Utama sendiri yang mendapatkan rating 3,17, sedangkan yang terakhir adalah Fiber Star yang memiliki nilai yang tertinggal jauh yaitu 2,66. Pengambilan skor yang ditetapkan oleh penulis, berdasarkan referensi dari para *customer* yang meninggalkan review terhadap para pesaing dan referensi dari penulis sendiri.

Gambar 3.9

Sesuai Kebutuhan Pelanggan oleh Fiber Optic Jakarta dan Fiber Star

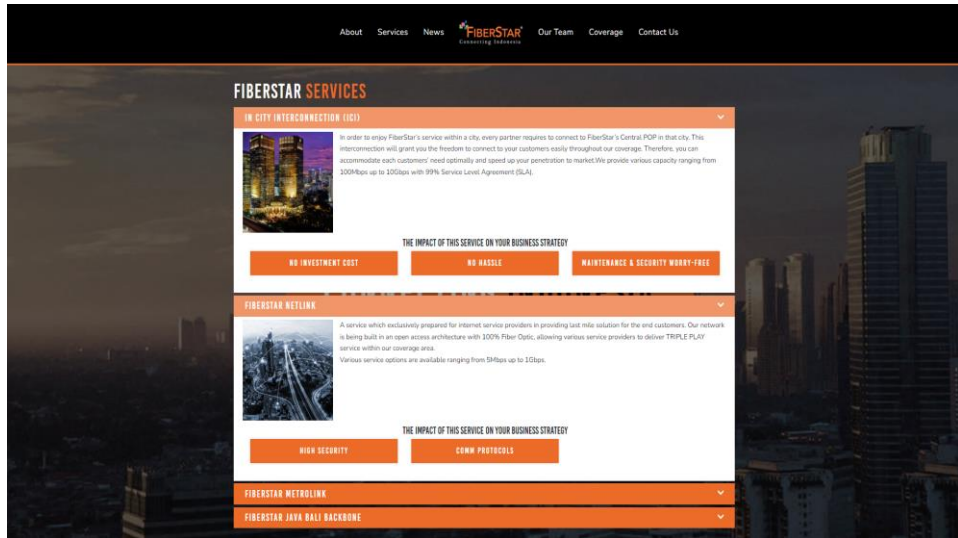


Sumber : <https://www.fiber optic jakarta.com/>

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.



Sumber : <https://www.fiberstar.co.id/services>

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal serta Internal (SWOT Analysis)

Berikut terkait ialah analisis SWOT dari usaha PT. Unicom Muda Utama:

- a. *Strength* yakni berarti kekuatan yang begitu unggul dari para pesaingnya, yang menonjolkan suatu hal yang begitu baik. *Strength* dari PT. Unicom Muda Utama yakni :
 - 1) Produk serta jasa yang disediakan mempunyai kualitas yang baik
 - 2) *Branding Image* yang bagus untuk perusahaan yang baru berkembang.
 - 3) Proses pelayanan yang begitu baik, membuat para customer puas.
 - 4) Strategi Promosi yang berbeda, serta unik.
- b. *Weakness* yakni kekurangan dari perusahaan dibandingkan para pesaingnya, *Weakness* dari PT. Unicom Muda Utama antara lain:
 - 1) Perusahaan yang baru berkembang tak mempunyai nama yang besar dibandingkan perusahaan lain yang sudah berdiri lama.

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)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- 2) Pilihan produk yang terbatas.
 - 3) Masih dalam tahap evaluasi serta *monitoring* terhadap kebutuhan para *customer* sehingga membutuhkan waktu untuk berkembang.
- c. *Opportunities* yakni peluang, peluang yang mampu dimanfaatkan oleh PT. Unicom Muda Utama untuk bersaing dengan para pesaingnya. *Opportunities* dari PT. Unicom Muda Utama yakni:
- 1) Sebab PT. Unicom Muda Utama belum terlalu lama berjalan, kesempatan PT. Unicom Muda Utama dalam memasuki pasar sangatlah baik, dengan menampilkan brand image yang baik serta promosi yang menarik.
 - 2) Berkembangnya Teknologi Informasi seiring tahunnya, para masyarakat membutuhkan produk serta jasa dari PT. Unicom Muda Utama.
 - 3) *Supply and Demand* yang baik.
- d. *Threats* yakni Ancaman, yang berarti ancaman bagi PT. Unicom Muda Utama dalam berbisnis. Ancaman dari PT. Unicom Muda Utama antara lain:
- 1) Pesaing baru yang datang dengan penjualan produk serta jasa yang serupa.
 - 2) Pesaing lama yang sudah memiliki nama yang dipandang oleh masyarakat.
 - 3) Beralihya konsumen baru sebab produk terbatas yang dimiliki oleh PT. Unicom Muda Utama.

Berikut terkait ialah tabel tentang Matriks SWOT:

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.

Tabel 3.5

Matriks SWOT

	Strengths (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
<p>IFAS</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>EFAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Produk serta jasa yang disediakan mempunyai kualitas yang baik. - <i>Branding Image</i> yang bagus untuk perusahaan yang baru berkembang - Proses pelayanan yang begitu baik, membuat para customer puas - Strategi Promosi yang berbeda, serta unik 	<ul style="list-style-type: none"> - Perusahaan yang baru berkembang tak mempunyai nama yang besar dibandingkan perusahaan lain yang sudah berdiri lama - Pilihan produk yang terbatas - Masih dalam tahap evaluasi serta <i>monitoring</i> terhadap kebutuhan para <i>customer</i> sehingga membutuhkan waktu untuk berkembang

© 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.



Opportunities (Peluang)	S-O Strategies	W-O Strategies
<p>- Sebab PT. Unicom Muda Utama belum terlalu lama berjalan, kesempatan PT. Unicom Muda Utama dalam memasuki pasar sangatlah baik, dengan menampilkan brand image yang baik serta promosi yang menarik</p> <p>- Berkembangnya Teknologi Informasi seiring tahunnya, para masyarakat membutuhkan produk serta jasa dari PT. Unicom Muda Utama</p> <p><i>Supply and Demand</i> yang baik</p>	<p>- Menambahkan pilihan produk serta jasa lain untuk memperluas pemilihan dari konsumen</p> <p>- Memberikan <i>Brand Image</i> yang baik untuk menarik <i>customer</i></p> <p>- Memberikan pelayanan prima yang melebihi dari pesaing lainnya</p>	<p>- Pembangunan Brand yang baik melalui promosi ataupun <i>branding</i></p> <p>- Memberikan pilihan yang begitu banyak terhadap produk yang tersedia</p>

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. Ditaring 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.



Threat (Ancaman)	S-T Strategies	W-T Strategies
<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pesaing baru yang datang dengan penjualan produk serta jasa yang serupa - Pesaing lama yang sudah memiliki nama yang dipandang oleh masyarakat - Beralihya konsumen baru sebab produk terbatas yang dimiliki oleh PT. Unicom Muda Utama 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat brand yang memiliki nilai unggul yang tak mampu ditiru oleh pesaing lain - Memperkuat penjualan produk yang terbatas untuk mendapatkan hasil yang maksimal 	<ul style="list-style-type: none"> - Mempelajari bagaimana para pesaing dalam melakukan bisnisnya - Melakukan pemasaran yang baik serta branding - Memberikan penjelasan terhadap jasa serta produk yang terdapat dengan jelas, serta keunggulan-keunggulannya agar begitu menarik

Sumber : PT. Unicom Muda Utama

Penjelasan Matriks SWOT dari usaha PT. Unicom Muda Utama:

a. S-O Strategies

- 1) Menambahkan pilihan produk serta jasa lain untuk memperluas pemilihan dari konsumen
 - a) Memberikan pilihan produk-produk lain serta jasa lain yang mampu menarik para konsumen dalam menentukan pilihannya, sebab terdapat banyak pertimbangan dari konsumen.

1. Ditaring 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)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- 2) Memberikan Brand Image yang baik untuk menarik customer
 - a) *Brand image* yang dimaksud disini ialah memperkenalkan produk dengan baik, serta lengkap dengan nilai plus serta minus dari produk tersebut sehingga para konsumen mampu mempunyai pertimbangan
- 3) Memberikan pelayanan prima yang melebihi dari pesaing lainnya
 - a) Pelayanan yang begitu baik bakal meninggalkan kesan yang baik pula bagi para konsumen, serta bakal mendapatkan *loyalty* dari konsumen tersebut

b. W-O Strategies

- 1) Pembangunan brand yang baik melalui promosi ataupun branding
 - a) Melakukan promosi unik terhadap suatu brand bakal berkemampuan menarik *customer*, serta memberikan nilai plus kepada para konsumen mengapa mereka menggunakan jasa terkait.
- 2) Memberikan pilihan yang begitu banyak terhadap produk yang tersedia
 - a) Semua produk mempunyai nilai jualnya tersendiri, serta harga yang ditentukan pula berbeda sesuai dengan kualitasnya, maka dari itu, menyediakan alternatif yang lain dengan harga yang begitu terjangkau bakal baik.

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



c. S-T Strategies

- 1) Membuat brand yang memiliki nilai unggul yang tak mampu ditiru oleh pesaing lain
 - a) Dalam hal terkait, produk serta jasa yang dijual pula mesti memiliki nilai unggul semacam kebanyakan brand yang memiliki *supplier* sendiri serta kualitas tersendiri, maka dari itu, kami dari PT. Unicom Muda Utama senantiasa menyediakan kualitas kabel jaringan yang kita ambil dari para *supplier* terpercaya dengan kualitas yang tak diragukan lagi.
- 2) Memperkuat penjualan produk yang terbatas untuk mendapatkan hasil yang maksimal
 - a) Berfokus kepada penjualan satu jenis produk tapi memiliki nilai yang begitu tinggi di mata para *customer* sehingga mereka tak mesti mencari alternatif lain.

d. W-T Strategies

- 1) Mempelajari bagaimana para pesaing dalam melakukan bisnisnya
 - a) Melakukan observasi terhadap bagaimana para pesaing mampu melakukan bisnisnya, bagaimana mereka mencari *customer*, bagaimana cara mereka melakukan *branding image*.
- 2) Melakukan pemasaran yang baik serta *branding*
 - a) Mengetahui siapa yang menjadi target kita, menyediakan promo-promo yang menarik serta *branding* dari produk yang dijual dengan baik.

© 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.



© 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.

- 3) Memberikan penjelasan terhadap jasa serta produk yang terdapat dengan jelas, serta keunggulan-keunggulannya agar begitu menarik
 - a) Dalam hal terkait, memperkenalkan produk serta jasa yang kita sediakan serta keunggulan-keunggulannya serta harga yang setara dengan kualitas yang diberikan bakal membuat para *customer* merasa senang sebab mereka menerima informasi yang begitu berguna untuk dipertimbangkan dalam hal membeli produk atau menggunakan jasa tersebut.

Tabel 3.6 Tabel IFE DAN EFE

IFE					
No	Faktor Internal Dominan <i>Strenghts</i>	Jumlah	Bobot	Rating	Total
1	Kualitas produk dan jasa yang baik.	170	0,14	4,25	0,61
2	<i>Branding image</i> (Membangun citra produk atau jasa) yang dilakukan secara baik.	166	0,14	4,15	0,58
3	Mampu menyelesaikan proses permintaan dan pengerjaan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dapat menarik lebih banyak konsumen.	170	0,14	4,25	0,61
4	Strategi Promosi yang berbeda dan unik bisa meningkatkan penjualan produk dan jasa.	169	0,14	4,23	0,61
Total		675	0,57		2,41



No	Faktor Internal Dominan <i>Weakness</i>	Jumlah	Bobot	Rating	Total
1	Perusahaan yang baru berkembang sulit untuk bersaing dengan perusahaan yang sudah berdiri lama.	167	0,14	4,18	0,59
2	Pilihan produk yang terbatas.	169	0,14	4,23	0,61
3	Terjadinya keterbatasan terhadap kebutuhan para <i>customer</i> yang masih dalam tahap evaluasi dan <i>monitoring</i> menjadi kelemahan bagi usaha baru.	169	0,14	4,23	0,61
Total		505	0,43		1,80
Total Keseluruhan		1180			4,21
EFE					
No	Faktor External Dominan <i>Opportunity</i>	Jumlah	Bobot	Rating	Total
1	Perusahaan baru memiliki peluang yang baik dan potensi yang besar dalam memasuki pasar	167	0,17	4,18	0,69
2	Berkembangnya teknologi dan informasi bisa membuat permintaan akan produk dan jasa meningkat, sehingga menjadi peluang bagi suatu perusahaan	170	0,17	4,25	0,71
3	Pengerjaan yang cepat menjadi sebuah peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan permintaan dan mendapatkan customer baru	170	0,17	4,25	0,71
Total		507	0,50		2,12
No	Faktor External Dominan <i>Threats</i>	Jumlah	Bobot	Rating	Total
1	Perusahaan yang mempunyai <i>branding</i> terlebih dahulu (Merek sudah ternama) dan merupakan perusahaan yang sudah berdiri lama.	172	0,17	4,30	0,73
2	Datangnya pesaing baru yang menjual produk dan jasa yang serupa.	161	0,16	4,03	0,64
3	Beralihnya konsumen baru karena produk yang terbatas.	171	0,17	4,28	0,72
Total		504	0,50		2,10
Total Keseluruhan		1011			4,21

Sumber : PT. Unicom Muda Utama

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



Gambar 3.10
SWOT Quadrant



Sumber : (Rangkuti, 2016)

© 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.

Kuadran 1: Pada kuadran 1 ini perusahaan mempunyai berbagai peluang yang dapat digunakan serta kekuatan internal dari perusahaan yang baik. Ini menjadi kekuatan bagi perusahaan dan strategi yang dapat dipakai adalah mendukung strategi yang agresif.

Kuadran 2 : Pada kuadran 2, terdapat kekuatan internal tetapi adanya berbagai ancaman juga yang terdapat, walaupun terdapat berbagai ancaman, jika perusahaan dapat menggunakan kekuatan internal dan membuat strategi yang akan dipakai, yaitu mendukung strategi diversifikasi, maka ancaman ini tidak akan terlalu parah.

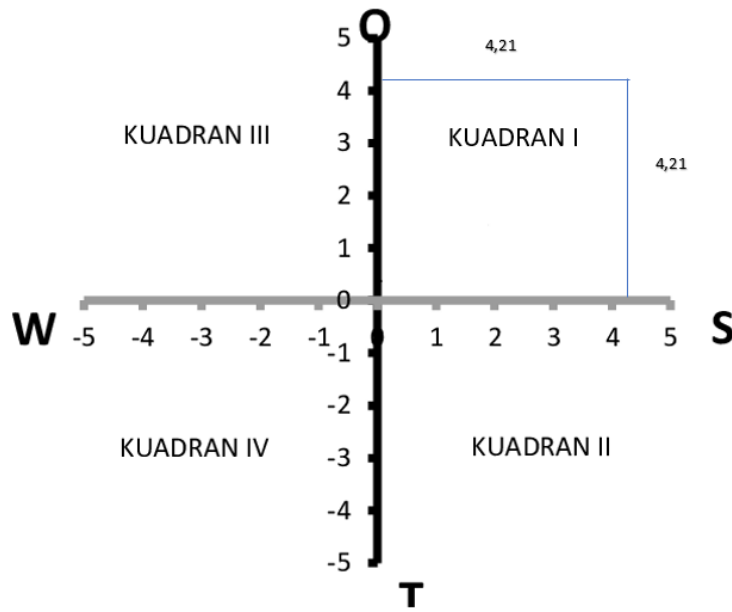
Kuadran 3 : Pada kuadran 3, perusahaan dihadapi dengan berbagai peluang serta kelemahan internal, perusahaan dapat berfokus dalam meminimalisir kelemahan internal yang terjadi.

Kuadran 4 : Pada kuadran 4, situasi yang paling berat untuk perusahaan, karena dihadapi dengan kelemahan internal serta berbagai ancaman yang terdapat. Strategi yang dipakai oleh perusahaan dalam kuadran ini adalah mendukung strategi defensif.



Berikut adalah hasil dari SWOT Quadrant dari PT. Unicom Muda Utama:

Gambar 3.11
Hasil SWOT Quadrant



Sumber : PT. Unicom Muda Utama

PT. Unicom Muda Utama berada di dalam kuadran 1, yang memungkinkan perusahaan memiliki kekuatan serta peluang yang baik, maka dari itu, PT.Unicom Muda Utama dapat menggunakan strategi yang agresif tanpa harus takut akan masalah yang terjadi karena terdapatnya kelemahan serta ancaman-ancaman dari luar ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

© 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.