



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

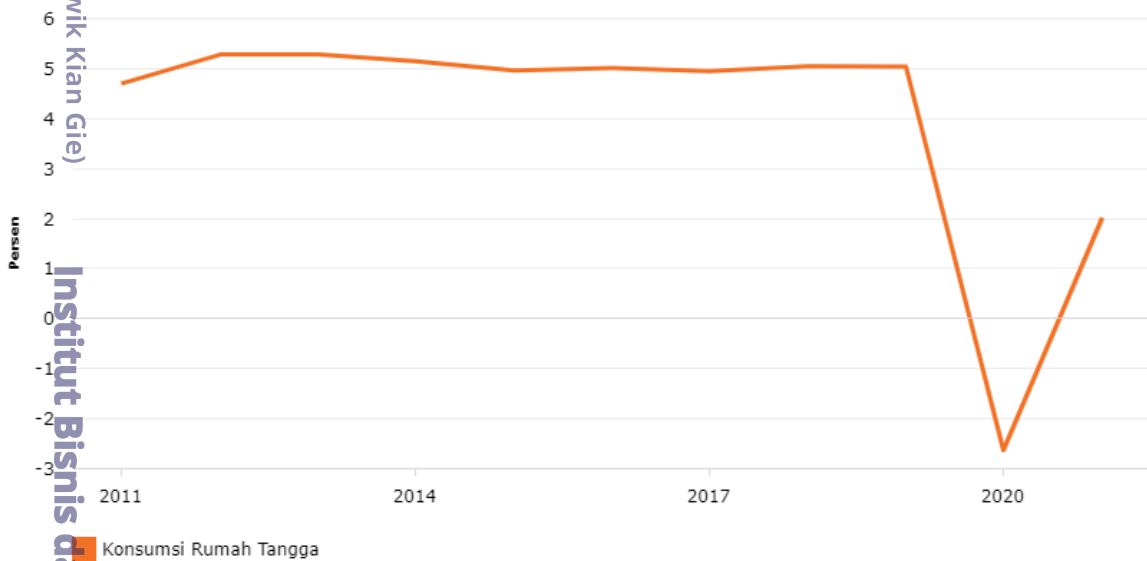


Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.1 Trend Pertumbuhan dan Industri

Produk perlengkapan rumah tangga adalah produk primer yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk menunjang kesehatan rumah agar terhindar dari virus dan berbagai penyakit. Perlengkapan rumah tangga juga tergabung dalam pengeluaran konsumsi rumah tangga yang meliputi perlengkapan rumah tangga dan pemeliharaan rutin. Perkembangan pengeluaran konsumsi rumah tangga dapat pada grafik di bawah:

Gambar 3. 1
Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga (2010-2021)



Katadata.co.id

databoks

Sumber : *katadata.co.id*, 2022

Trend pertumbuhan konsumsi rumah tangga terus mengalami peningkatan sejak 2011 berada pada 4.7%, tertinggi pada tahun 2012 dan 2013 sebesar 5.28%, namun trend

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.



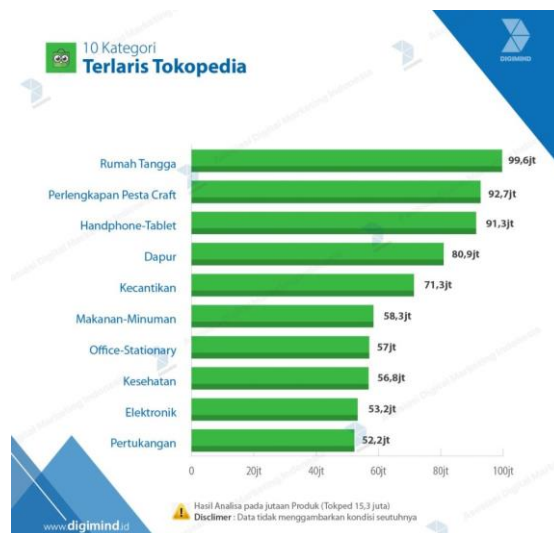
pertumbuhan mengalami penurunan signifikan pada 2020 yang berada diangka -2,63%.

Penurunan ini disebabkan pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia dan seluruh dunia yang mengharuskan seluruh toko fisik beroperasi sebagian. Pada tahun selanjutnya, 2021 konsumsi rumah tangga tumbuh sebesar 2,02%. Apabila melihat dari segi angka pengeluaran konsumsi rumah tangga mencapai Rp 9,24 kuadriliun pada 2021.

Pertumbuhan konsumsi rumah tangga diprediksi akan terus meningkat meningkat dikala Indonesia melakukan transisi dari Pandemi menjadi Endemi. Sudah jadi rahasia umum, platform *e-commerce* menjadi satu-satunya pilihan alternatif konsumen dimasa pandemi untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari ataupun berbagai kebutuhan. Tokopedia sebagai salah satu *marketplace* terbesar di kuartal III 2021 juga turut meningkat *traffic*nya saat masa pandemi.

Gambar 3. 2

10 Kategori Terlaris Tokopedia



Sumber : *digimind.id*, 2022

Pada gambar 3.2 menjelaskan 10 kategori terlaris di Tokopedia, rumah tangga berada di posisi pertama dengan jumlah 99,6 juta produk terjual selama 2020 yang diikuti oleh Perlengkapan Pesta Craft dengan jumlah 92,7 juta.

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.



Melalui penjelasan diatas melalui data pertumbuhan konsumsi rumah tangga dan produk terlaris di Tokopedia, dapat digambarkan bahwa produk yang ditawarkan oleh Binneka Nusantara yaitu “Perlengkapan Rumah Tangga” memiliki prosep bisnis yang besar dan bisa terus berkembang dari tahun ke tahun.

3.2 Analisis Pesaing

Analisis Pesaing merupakan proses identifikasi dan menganalisis strategi bisnis pesaing untuk menentukan kekuatan dan kelemahan mereka dalam kaitannya dengan perusahaan. Pada aspek ini, Pesaing yang dipilih merupakan kompetitor di *marketplace* dengan produk yang sama yang dilihat dari jenis produk yang dijual dengan target konsumen dari berbagai kalangan dan umur.

1. Kios Cepat

Kios Cepat merupakan salah satu toko produk tissue dan peralatan packing yang berlokasi di Jakarta Barat. Toko ini sudah berdiri sejak 2013 dan sudah merambah ke *marketplace* Tokopedia dan Shopee

- Jenis Produk Unggulan : Tissue Nice, Paseo, Livi, Jolly, See-U dan Montiss
- Segmentasi Pasar : Menengah ke bawah
- Marketplace* : <https://www.tokopedia.com/kioscepat>
- Pengikut : 2.000

2. Bubu Shop Official Store

Bubu Shop Official Store merupakan salah satu toko produk tissue dan peralatan packing yang berlokasi di Jakarta Timur. Toko ini sudah berdiri sejak 2018 dan sudah merambah ke *marketplace* Shopee



- a. Jenis Produk Unggulan : Tissue Nice, Paseo, Livi, Jolly, See-U dan Montiss
- b. Segmentasi Pasar : Menengah ke bawah
- c. *Marketplace* : <https://shopee.co.id/bubuofficialshop>
- d. Pengikut : 207.900



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.

Tabel 3. 1

Keunggulan & Kelemahan Pesaing

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Kios Cepat	Proses pengemasan dan pengiriman cepat	Produk yang dijual tidak spesifik pada satu kategori produk
	Harga yang ditawarkan cukup bersaing	Foto produk tidak konsisten pada satu tema
	Sudah berstatus Official Store	Produk yang dijual sedikit
	Menjual barang yang populer	
Bubu Shop Official Store	Proses pengemasan dan pengiriman cepat	Produk yang dijual tidak spesifik pada satu kategori produk
	Selalu menawarkan harga paling murah ketimbang kompetitor	Foto produk tidak rapih
	Sudah berstatus Star+	Pilihan jasa pengiriman sedikit
	Menjual barang yang populer	Nama produk yang ditampilkan terlalu banyak pengulangan

Sumber : Bhinneka Nusantara, 2022

3.3 Analisis PESTEL

Analisis Pestel merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor – faktor eksternal yang mempengaruhi suatu organisasi. Analisis PESTEL meliputi *Politics, Economics, Social, Technology dan Legal*. Berikut adalah Analisis PESTEL dari BHINNEKA NUSANTARA :



a) **Politics (Politik)**

Ⓒ Pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) ini diterbitkan untuk mendorong perkembangan *e-commerce* yang berkelanjutan di Indonesia, yang didalamnya terdapat ketentuan dimana Perdagangan Melalui Sistem Elektronik harus memiliki izin usaha yang diterbitkan oleh kementerian atau lembaga terkait agar usaha yang dijalankan terdaftar oleh pemerintah, serta memenuhi ketentuan lain seperti adanya perlindungan dan kerahasiaan data konsumen yang merupakan salah satu bagian dari aspek Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dalam usaha *e-commerce*, maupun aspek ketentuan lainnya. Penyusunan Peraturan Pemerintah Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) bertujuan untuk membangun kepercayaan pelanggan dengan cara memastikan adanya perlindungan konsumen dan persaingan usaha yang sehat. Dampak politik terhadap keberlangsungan Bhinneka Nusantara adalah memasarkan produk di *marketplace* aman karena sudah dilindungi oleh Undang-undang melalui PP PMSE.

b) **Economics (Ekonomi)**

Pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah menjadi faktor penentu perusahaan dapat menjalankan usaha dan mempengaruhi daya beli masyarakat, apabila pertumbuhan ekonomi stabil maka daya beli masyarakat terhadap suatu produk akan meningkat secara signifikan. Faktor ekonomi memiliki dampak yang besar yang akan mempengaruhi usaha Bhinneka Nusantara. Faktor yang mencakup meliputi suku bunga, tingkat inflasi dan lain-lain. Namun pada saat ini kondisi ekonomi Indonesia terlihat tidak stabil karena terjadi kenaikan bahan bakar minyak (BBM) dan Pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia dan dunia sejak 2019 silam sehingga ekonomi Indonesia menurun. Dilansir dari *bi.go.id*, tingkat inflasi Indonesia

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.



pada bulan Agustus 2022 sebesar 4,69%. Dampak ekonomi terhadap keberlangsungan Bhinneka Nusantara adalah Inflasi Indonesia pada bulan Agustus 2022 sebesar 4,69%

c) Social (Sosial)

Pertumbuhan penduduk Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri mencatat jumlah penduduk Indonesia sudah mencapai 273,87 Jiwa per 31 Desember 2021, angka tersebut meningkat sebesar 1,64 Juta Jiwa selama periode Juni – Desember 2021. Meningkatnya angka jumlah penduduk Indonesia menandakan permintaan produk perlengkapan rumah tangga juga turut berangsur naik, terlebih dikondisi transisi dari pandemi menjadi endemi masyarakat Indonesia masih peduli akan kesehatan diri dan kesehatan rumah tempat tinggal. Dampak faktor Sosial terhadap Bhinneka Nusantara adalah Jumlah penduduk Indonesia terus mengalami peningkatan, hal tersebut berdampak pada permintaan produk yang terus meningkat. Khususnya produk perlengkapan Rumah Tangga.

d) Technology (Teknologi)

Perkembangan teknologi saat ini begitu pesat yang membuat semua elemen berubah, pada era digital ini muncul banyak aplikasi media sosial dan platform *e-commerce* untuk berbisnis *online*. Saat ini kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap teknologi cukup tinggi yang menyebabkan meningkatnya pengguna internet serta transaksi jual beli secara *online*. Bhinneka Nusantara memanfaatkan teknologi sosial media WhatsApp dan TikTok untuk media promosi dan penjualan. Kami juga memanfaatkan platform *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan masih banyak lagi. Tidak hanya itu juga memanfaatkan ekspedisi *online* dari platform Go-Send, Grab Express dan Lalamove. Dampak faktor Teknologi terhadap Bhinneka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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.



Nusantara adalah perkembangan teknologi sangat baik untuk keberlangsungan Bhinneka Nusantara, produk dapat dipasarkan secara *online* sehingga berpotensi produk akan terjual lebih cepat dengan cakupan lebih luas.

e) **Environmental (Lingkungan)**

Kerusakan alam yang disebabkan oleh ulah manusia hingga saat ini terus terjadi, seperti halnya membuang sampah sembarangan, membuang limbah tidak pada tempatnya dan menebang hutan secara liar. Dilansir dari CNN Indonesia, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyebut total sampah nasional pada 2021 mencapai 68,5 juta ton. Dari jumlah itu, sebanyak 17 persen, atau sekitar 11,6 juta ton, disumbang oleh sampah plastik. Peningkatan sampah plastik ini diakibatkan gaya hidup yang ingin praktis, maka pemakaian plastik sekali pakai meningkat. Dampak faktor *Environmental* terhadap Bhinneka Nusantara adalah untuk mengurangi jumlah plastik sampah di Indonesia khususnya Jakarta, Bhinneka Nusantara berkomitmen untuk mendukung pelestarian alam dengan melakukan pengemasan produk pesanan pelanggan menggunakan produk ramah lingkungan seperti Kardus, Lakban Air dan *label* kertas.

f) **Legal (Hukum)**

Perizinan usaha merupakan salah satu hal yang cukup penting ketika merintis sebuah usaha, selain menjadi faktor agar customer lebih percaya dengan adanya izin usaha menciptakan rasa aman untuk berjualan. Perizinan usaha yang dibutuhkan untuk bentuk usaha yang dipilih oleh Bhinneka Nusantara adalah NIB (Nomor Induk Berusaha) dan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) Pribadi. Pemerintah memberlakukan Pajak Penghasilan (PPh) Final sebesar 0.5% bagi pelaku usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) yang omzet penjualannya dibawah Rp. 4,8 miliar dalam satu tahun yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2018

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.



tentang Pajak atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.

Selain peraturan terkait PPh Final, per 1 April 2022 lalu Kementerian Keuangan Republik Indonesia juga melakukan penyesuaian tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 11% yang tertuang dalam Undang Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Hal tersebut juga berdampak pada seluruh produk yang dijual oleh Bhinneka Nusantara akan mengalami penyesuaian setelah adanya penyesuaian tarif PPN. Dampak faktor *Legal* terhadap Bhinneka Nusantara adalah penyesuaian PPN dari 10% menjadi 11% membuat harga jual produk Bhinneka Nusantara mengalami perubahan, namun penyesuaian harga tersebut tidak berdampak sangat besar terhadap penjualan karena produk yang dijual merupakan produk sehari-hari yang dibutuhkan oleh seluruh manusia.

g) Identifikasi PESTEL

Tabel 3. 2
Identifikasi PESTEL

No	Politik	Ekonomi	Sosial	Teknologi	Lingkungan	Legal
1	Memasarkan produk di <i>marketplace</i> aman karena sudah dilindungi oleh Undang-undang melalui PP PMSE.	Inflasi Indonesia pada bulan Agustus 2022 sebesar 4,69%	Peningkatan jumlah penduduk Indonesia, menandakan permintaan produk yang meningkat	Dominasi Media Sosial, <i>marketplace</i> dan ekspedisi <i>online</i>	Kerusakan alam karena ulah manusia masih terus terjadi, sampah didominasi oleh sampah plastik	Penyesuaian pajak dari 10% menjadi 11%

Sumber : *Bhinneka Nusantara*, 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



3.4 Analisis Lima Kekuatan Pesaingan Model Porter

© Lima Kekuatan Porter adalah model yang mengidentifikasi dan menganalisis lima kekuatan kompetitif yang membentuk setiap industri dan membantu menentukan kelemahan dan kekuatan industri.

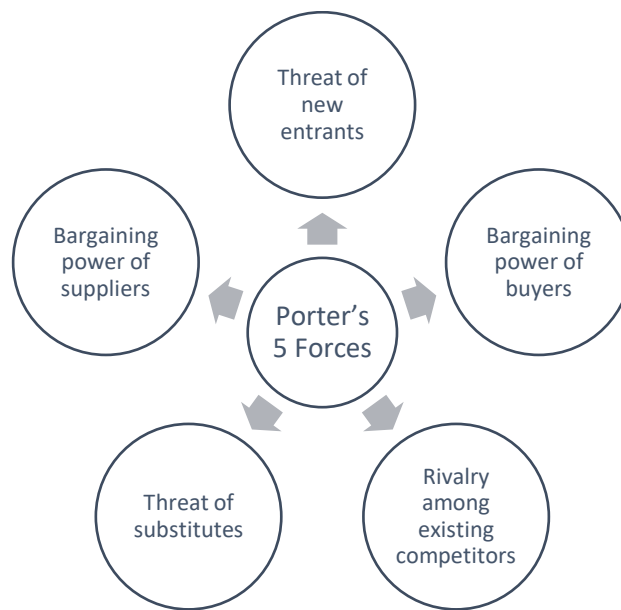
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

Gambar 3.3

Komponen Lima Kekuatan Porter



Sumber : *Bhinneka Nusantara, 2022*

a) Hambatan bagi Pendaatang Baru

Era digital memberikan kesempatan bagi semua pihak untuk mencoba peruntungannya dalam memasarkan produk secara *online*. Termasuk Bhinneka Nusantara yang juga dengan mudah mendaftarkan produk pada beberapa *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Tiktok Shop dan lain-lain, hal yang sama juga berlaku terhadap penjual produk perlengkapan rumah lainnya yang memiliki biaya awal untuk memulai usaha yang cenderung rendah tergantung ketersediaan barang. Dampak hambatan pendatang baru bagi Bhinneka Nusantara adalah kemudahan teknologi digital semakin mudah dijangkau untuk para pendatang baru.



b) Daya Tawar Pemasok

Ⓒ Pemasok adalah pihak yang ditunjuk oleh produsen untuk memasarkan produk kepada pengecer atau langsung kepada pengguna akhir. Semakin banyak jumlah pemasok yang ada di pasar, maka semakin kuat juga daya tawarnya dikarenakan pembeli dapat berpindah mencari pemasok lain yang sesuai kriteria yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih tepat. Daya tawar pemasok produk perlengkapan rumah tangga dapat dikatakan kuat karena banyaknya pemasok yang menjual dengan berbagai jenis produk dan merek. Dampak daya tawar pemasok terhadap Bhinneka Nusantara adalah Pasokan produk kepada Bhinneka Nusantara dengan harga yang terjangkau serta berkualitas.

c) Daya Tawar Pembeli

Tissue merupakan salah satu kebutuhan primer karena dibutuhkan setiap hari, kapan saja, dimana saja oleh setiap orang. Hal tersebut menjadi peluang yang besar bagi penjual tissue karena produknya berpotensi lebih terjual karena merupakan kebutuhan primer. Apabila kebutuhan tisu cukup tinggi akan berdampak pada penjualan yang meningkat bagi para penjual, namun sayangnya yang terjadi dipasar saat ini banyak penjual yang menawarkan harga yang rendah dibawah Harga Eceran Tertinggi (HET) yang berimbas pada penurunan keuntungan yang bisa didapatkan oleh penjual. Dampak Daya Tawar Pelanggan terhadap Bhinneka Nusantara adalah Banyak penjual yang menjual produk serupa sehingga harga jual turun yang berimbas pada keuntungan yang didapat berkurang.

d) Hambatan bagi Produk Pengganti

Barang substitusi adalah produk yang dilihat oleh konsumen sama atau cukup mirip dengan barang lain. Barang substitusi ini terlihat mirip dari sisi bentuk, kegunaan/fungsi dan manfaat yang dirasakan. Dalam menjalankan usaha

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



perlengkapan rumah tangga dalam hal ini tisu, kami menyadari ada alternatif dan produk lain yang dapat digantikan fungsi dari tisu seperti sapu tangan.

Meningat sapu tangan merupakan produk yang dapat digunakan berulang dan dapat dicuci tapi kurang efisien karena pemakaian hanya beberapa kali dan dapat membuat penyebaran virus apabila penggunaanya dalam keadaan kurang sehat. Sehingga barang substitusi untuk produk tisu adalah produk tisu yang berasal dari beberapa produsen yang berbeda sehingga dapat sebut sebagai substitusi sempurna. Karena produknya sama hanya diproduksi oleh produsen yang berbeda. Dampak hambatan bagi produk pengganti bagi Bhinneka Nusantara adalah Pelanggan memiliki banyak opsi dalam memilih produk tissue karena banyak merek yang dijual

e) Tingkat Persaingan dengan Kompetitor

Dalam menjalankan usahanya, Bhinneka Nusantara memiliki pesaing, yaitu: Kios Cepat dan Bubu Shop keduanya menjual produk serupa dengan mayoritas aneka jenis tissue, dengan segmentasi menengah kebawah dalam pengamatannya kedua pesaing menjual di marketplace yang berbeda, Tokopedia dan Shopee. Kedua pesaing tersebut merupakan kelompok yang sudah lama dan memegang pangsa pasar di *marketplace* masing-masing.

Gaya kompetisi pasar yang terjadi pada *marketplace* cenderung lebih agresif dikarenakan banyaknya kompetitor yang menawarkan produk serupa, hal tersebut berdampak pada harga yang ditawarkan banyak penjual melakukan perang harga hingga penentuan harga dibawah batas harga eceran tertinggi (HET). Dampak Ancaman dari Perusahaan Pesaing terhadap Bhinneka Nusantara adalah Produk perlengkapan rumah tangga dijual oleh banyak kompetitor berdampak pada harga yang ditawarkan kepada pelanggan relatif lebih rendah sedikit dari pada rata-rata pesaing.

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.

f) Identifikasi Analisis Lima Kekuatan Pesaingan Model Porter

Tabel 3.3
Identifikasi Analisis Lima Kekuatan Pesaingan Model Porter

No	Hambatan Bagi Pemandang Baru	Daya Tawar Pemasok	Daya Tawar Pembeli	Hambatan Bagi Produk Pengganti	Tingkat Pesaingan Dengan Kompetitor
	Kemudahan teknologi digital semakin mudah dijangkau untuk para pendatang baru.	Pasokan produk dengan harga yang terjangkau serta berkualitas	Banyaknya penjual membuat keuntungan yang didapat berkurang.	Memiliki opsi dalam memilih produk tissue karena banyak merek yang dijual	Harga yang ditawarkan kepada pelanggan relatif lebih rendah sedikit dari pada rata-rata pesaing.

Sumber : Bhinneka Nusantara, 2022

3.5 Analisis Faktor-faktor Kunci Sukses (Competitive Profile Matrix / CPM)

Competitive Profile Matrix adalah membandingkan perusahaan dan para pesaingnya dan mengungkapkan kekuatan dan kelemahan relatif mereka. Berikut merupakan Competitive Profile Matrix untuk menghitung beberapa faktor antara Bhinneka Nusantara dengan kompetitor yakni, Kios Cepat dan Bubu Shop Official Store. Tabel perbandingan akan disampaikan pada tabel 3.4

Tabel 3. 4
Competitive Profile Matrix Bhinneka Nusantara

Critical Succes Factor	Bobot	Bhinneka Nusantara		Kios Cepat		Bubu Shop Official Store	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga	0.53	4	2.12	3	1.59	4	2.12
Foto	0.05	4	0.2	2	0.1	2	0.1
Deskripsi	0.01	2	0.02	3	0.03	2	0.02
Kemudahan Pengiriman	0.04	3	0.12	2	0.08	2	0.08
Lokasi	0.05	4	0.2	3	0.15	2	0.1
Ulasan	0.1	3	0.3	4	0.4	3	0.3
Pengemasan	0.01	2	0.02	3	0.03	2	0.02
Fast Respon	0.01	2	0.02	3	0.03	2	0.02
Kelengkapan Produk	0.2	3	0.6	2	0.4	1	0.2
	1		3.6		2.81		2.96

Sumber: Data yang diolah, Bhinneka Nusantara, 2022



Hasil CPM menunjukkan perbedaan skor yang menggambarkan tingginya kualitas persaingan *Bhinneka Nusantara* dibandingkan dengan pesaing kunci. Nilai yang lebih tinggi ini dapat dijelaskan sesuai dengan setiap faktor yang dimana *Bhinneka Nusantara* unggul pada Harga, Foto dan Lokasi. Lain halnya dengan kompetitor, mayoritas unggul pada faktor Ulasan dan Harga.

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT)

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2017:79) SWOT adalah evaluasi keseluruhan dari Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats suatu perusahaan.

- 1) Strengths (S) adalah kondisi yang menggambarkan kekuatan perusahaan yang dapat menjadi keunggulan bersaing.
- 2) Weaknesses (W) adalah kondisi yang menggambarkan kelemahan perusahaan yang dapat melemahkan daya saing perusahaan.
- 3) Opportunities (O) adalah gambaran kondisi eksternal atau dari luar perusahaan yang dapat menjadi peluang untuk memenuhi visi, misi, dan tujuan perusahaan.
- 4) Threats (T) adalah gambaran kondisi eksternal atau dari luar perusahaan yang dapat menjadi ancaman bagi perusahaan sebagai faktor yang menyebabkan kemunduruan dalam menjalankan usaha.

Metode analisis ini membagi aspek tinjauannya dari sisi internal (sisi dalam perusahaan) dan eksternal (sisi luar perusahaan). Dari sisi internal perusahaan, terdapat Strengths dan Weakness, dimana Strengths menguntungkan perusahaan dan Weaknesses merugikan perusahaan. Dari sisi eksternal perusahaan, terdapat Opportunities dan Threats, dimana Opportunities menguntungkan perusahaan dan Threats merugikan perusahaan. Hasil analisis ini memberikan arahan ataupun menciptakan rekomendasi strategi yang dapat dibuat untuk mempertahankan kekuatan dan meminimalkan kelemahan dari sisi internal dan eksternal perusahaan demi perkembangan usaha.



Berikut analisis SWOT dari Bhinneka Nusantara :

Strength:

- a. Harga produk yang terjangkau, harga yang ditawarkan berdasarkan harga kompetitor
- b. Foto produk yang menarik, produk diberikan foto yang menarik dan nama produk
- c. Terletak di lokasi yang strategis, Bhinneka Nusantara berlokasi di Jakarta
- d. Didukung oleh banyak Mitra Logistik, terdapat beberapa mitra logistik yang menjadi rekanan logistik yaitu : J&T Express, Shopee Express, JDL, Blibli Express, Anteraja, LEX

Weakness:

- a. Deskripsi yang kurang lengkap, deskripsi yang kami tampilkan kurang mendeskripsikan produk
- b. Kurang *fast respon*, setiap pesanan baru dapat diproses di maksimal Hari Kedua
- c. Kelengkapan Produk yang dijual kurang lengkap, jenis produk yang dijual kurang banyak produknya.
- d. Jumlah ulasan yang lebih sedikit, kurangnya jumlah ulasan produk yang diberikan pelanggan
- e. Durasi pengemasan produk yang lebih lama dibandingkan pesaing, proses pesanan yang cukup lambat dikarenakan pesanan diproses maksimal hari kedua

Opportunities:

- a. Peningkatan jumlah penduduk yang konstan, pertumbuhan penduduk terus meningkat
- b. Peningkatan intensitas belanja digital, pertumbuhan penduduk terus meningkat sehingga pengguna internet dan pengguna *e-commerce* terus meningkat

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.



Threats:

- a. Resiko peningkatan sampah plastik, pengguna
- b. Tingginya persaingan harga oleh perusahaan pesaing
- c. Pelanggan yang sensitif terhadap harga
- d. Mudah nya masuk pendatang baru karena bentuk usaha digital

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. 5
Analisis SWOT MATRIX

SWOT	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga produk yang terjangkau 2. Foto produk yang menarik 2. Berada dilokasi yang memiliki permintaan yang cukup tinggi 3. Banyak nya pilihan mitra logistik sehingga mempermudah pengiriman. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deskripsi yang kurang lengkap 2. Pilihan mitra logistik sedikit 3. Kurang <i>fast respon</i> 4. Kelengkapan Produk yang dijual kurang lengkap 	
	Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
	<ol style="list-style-type: none"> 1.Peningkatan jumlah penduduk yang konstan 2.Peningkatan intensitas belanja digital 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan Bhinneka Nusantara dapat meningkat karena terjadi peningkatan jumlah penduduk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan intensitas belanja, mayoritas pelanggan mencari harga yang terbaik bukan kelengkapan deskripsi
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T	
<ol style="list-style-type: none"> 1.Resiko peningkatan sampah plastik 2.Pelanggan yang sensitif terhadap harga 3.Tingginya tingkat merek pengganti 4.Mudahnya masuk pendatang baru karena bentuk usaha digital 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan kompetitif sehingga harga cocok untuk pelanggan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sensitifitas pelanggan terhadap harga sehingga tidak berpengaruh terhadap kelengkapan informasi produk 	

Sumber : *Bhinneka Nusantara, 2022*

1. Dilarang menyalin, mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip 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.