**BAB III**

**ANALISIS INDUSTRI PESAING**

1. ***Trend* dan Pertumbuhan Industri**

Seorang calon pengusaha harus cerdas serta teliti dalam menganalisis permintaan industri. Dalam melakukan analisis diperlukan pengetahuan mengenai pasar yang sedang bertumbuh, stagnan, serta yang menurun. Tujuan dari adanya analisis perkembangan pasar adalah untuk mengetahui perubahan apa yang sedang terjadi. Perubahan ini perlu diketahui oleh calon pengusaha karena akan mempengaruhi layak atau tidaknya suatu bisnis akan dijalankan.

Dalam dunia bisnis pasti tidak luput dari persaingan. Kebanyakan perusahaan *start-up* umumnya mendapat ancaman dari perusahaan besar. Jadi pengusaha *start-up* bisnis harus mempersiapkan perusahaannya dalam menghadapi perusahaan pesaing yang sudah besar. Diel Investasiadalah bisnis yang bergerak di bidang perencanaan keuangan. Salah satu cara untuk melihat sebuah industri tersebut menarik untuk digeluti atau tidak adalah melihat dari jumlah usia penduduk di Indonesia. Berikut Struktur untuk Piramida Penduduk di Indonesia Tahun 2018:

**Gambar 3.1**

**Piramida Struktur Jumlah Penduduk Indonesia**

**Menurut Kelompok Umur di Tahun 2018**

Sumber: [*dataekonomindo.wordpress.com*](https://dataekonomindo.wordpress.com/2018/09/26/populasi-jumlah-penduduk-indonesia-2018/)

Berdasarkan struktur di atas, dari struktur piramida penduduk kita bisa melihat bahwa tingkat penduduk tertinggi adalah kalangan milenial. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan perencanaan keuangan masih layak dan mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang karena tingkat penduduk yang semakin tinggi setiap tahunnya.

**Gambar 3.2**

**Grafik Pertumbuhan Total Jumlah SID (2012 – Desember 2018)**

Sumber: *www.*[*ksei.co.id*](http://www.ksei.co.id)

Dalam memulai berinvestasi seperti investasi saham atau reksadana, investor akan diberikan semacam nomor seperti KTP. Nomor ini biasa kita kenal sebagai *Single Investor Identification* (SID). Kegunaan SID ini adalah untuk mengetahui data berapa banyak investor yang berada di pasar modal. Berdasarkan tabel diatas, disetiap tahun grafik total jumlah SID selalu meningkat, maka bisa dikatakan masyarakat sudah mulai percaya dan mau mencoba melakukan investasi. Tetapi jika kita bandingkan dengan penduduk di Indonesia angka 1.617.367 masih merupakan angka yang kecil dan maka dari itu potensi untuk masyarakat mengenal investasi pasar modal masih sangat besar.

1. **Analisis Pesaing**

Dalam menjalankan suatu bisnis tentu suatu perusahaan akan mempunyai pesaing. Pesaing disini adalah perusahaan lain baik yang sudah lama berdiri maupun yang masih sama – sama baru didirikan. Menurut Fred R. David (2013:105), pesaing adalah perusahaan yang menawarkan produk dan jasa sejenis di pasar yang sama. Pasar dapat mencakup area geografis ataupun segmentasi produk.

Begitu pula dengan Diel Investasi*,* pasti juga memiliki pesaing. Sebelum mendirikan bisnis Diel Investasi ini penulis harus menganalisis calon pesaing yang sudah di pasar. Dengan pengumpulan informasi lewat data perusahaan pesaing maka perenanaan strategi dalam menghadapi pesaing dapat lebih matang dan efektif. Dengan adanya pengumpulan data ini perusahaan akan dapat menemukan bidang – bidang yang berpotensi untuk dijadikan keunggulan kompetitif sekaligus mengetahui pula kelemahan pesaing. Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh penulis, pesaing – pesaing yang dimiliki oleh Diel Investasi*,* diperkirakan antara lain:

1. Nama Perusahaan : JSXPRO

Lokasi : APL Tower – 16th Fl. Suite T9, Central Park, Jl Jend S. Parman Kav 28, Jakarta, Indonesia.

Harga : Harga standar, tetapi terlalu banyak opsi yang harus dipilih mengakibatkan terlihat *money oriented.*

Produk Unggulan : Layanan sinyal saham maupun valuta asing.

Kualitas Jasa : Guru yang mengajar mengerti tentang saham dan valuta tetapi masih tidak ada kejelasan apakah dengan menggunakan jasa ini konsumen akan menghasilkan keuntungan atau tidak jika mengikuti program yang ditawarkan.

Promosi : Menggunakan *Website*, Sosial media seperti *Instagram & Youtube*.

1. Nama Perusahaan : Galeri Saham

Lokasi : Jalan H. R. Rasuna Said Blok X5 Kav. 1-2, Menara Karya Lt 28, RT.1/RW.2, Kuningan, Kuningan Tim., Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12950.

Harga : Harganya cenderung mahal dan jika ingin mengikuti pelatihan harus datang, tidak bisa *online*.

Produk Unggulan : Layanan pemilihan saham yang baik dan pelatihan dari guru yang telah berpengalaman sejak 2004.

Promosi : Menggunakan *Website* dan sosial media seperti *Instagram & Youtube.*

**Tabel 3.1**

**Analisis Pesaing**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pesaing | Keunggulan | Kelemahan |
| JSXPROID | 1. Layanan yang bervariasi yaitu saham dan valuta asing.
2. Guru yang telah berpengalaman.
 | 1. Harga yang terlalu banyak sehingga mengakibatkan terlihat *money oriented*.
 |
| GALERI SAHAM | 1. Guru yang telah berpengalaman.
2. Portofolio yang jelas dan baik.
 | 1. Harga cenderung mahal.
2. Masih harus mendatangi seminar tidak bisa melalui *online*.
 |

Sumber: Diel Investasi

1. **Analisis PESTEL (*Political, Economy, Social, Technology, Environment, and Legal)***

Analisis PESTEL merupakan suatu teknik dalam manajemen strategis yang digunakan untuk melihat faktor – faktor lingkungan eksternal bisnis yang nantinya berpengaruh terhadap suatu perusahaan. Analisis PESTEL perlu dilakukan penulis agar penulis mengetahui faktor dari lingkungan luar atau lingkungan eksternal yang memberi dampak pada berjalannya usaha Diel Investasi. Berikut ini penulis menjabarkan beberapa faktor eksternal yang akan digunakan:

1. ***Politic* (Politik)**

Faktor politik bisa menjadi peluang maupun ancaman bagi suatu perusahaan. Perubahan yang terjadi pada situasi politik bisa kita rasakan secara cepat jika perusahaan tersebut bergantung kepada kontrak yang semuanya mengikuti kebijakan politik pemerintahan. Kebijakan politik di suatu negara dapat menimbulkan dampak yakni memburuknya sektor perekonomian negara tersebut. Jika itu terjadi, jenis usaha kursus investasi juga akan ikut terkena dampaknya. Namun demikian, selama sektor perekonomian tidak terkena dampak buruknya maka industri kursus investasi tidak terlalu terpengaruh oleh faktor politik.

1. ***Economy* (Ekonomi)**

Faktor ekonomi juga memberikan pengaruh yang sangat jelas dan nyata bagi perusahaan. Keadaan perekonomian yang mengalami perubahan dapat memberikan dampak positif dan negatif.

Pertumbuhan ekonomi yang naik dengan baik secara tidak langsung akan meningkatkan penghasilan dari masyarakat dan membuat para investor baru percaya terhadap investasi. Hal ini terlihat nyata dari meningkatnya daya konsumsi masyarakat. Awalnya masyarakat berusaha untuk memenuhi kebutuhan pokok, setelah terjadi pertumbuhan ekonomi maka akan menambahkan konsumsi mereka ke konsumsi tambahan. Hal ini dapat menjadi peluang yang sangat besar bagi kursus investasi Diel Investasikarena dengan perekonomian yang baik masyarakat cenderung mempercayai kondisi ekonomi dan akan percaya terhadap jenis – jenis investasi yang ada.

Begitu pula sebaliknya, jika perekonomian tidak stabil atau terjadi kemerosotan ekonomi yang timbul di dalam negara, dapat berdampak pada perununan dari penghasilan masyarakat. Hal tersebut akan mempengaruhi daya beli masyarakat yang menjadi turun yang nantinya akan berakibat ke perusahaan-perusahaan mengalami penurunan saham dan membuat masyarakat enggan untuk berinvestasi. Jadi apabila Indonesia memiliki pertumbuhan ekonomi yang baik tiap tahunnya, maka terbukalah peluang bagi bisnis kursus investasi Diel Investasi.

1. ***Social* (Sosial)**

Faktor sosial juga berpengaruh secara nyata terhadap keberlangsungan bisnis kursus investasi Diel Investasi*.* Salah satu aspeknya adalah gaya hidup dan tren di kalangan masyarakat. Dengan gaya hidup sehari – hari khususnya masyarakat kota Jakarta, membuat tingkat konsumsi mereka meningkat. Kota Jakarta juga mempunyai tingkat kesibukan tinggi. Karena kesibukan di kota Jakarta dapat meningkatkan stress, secara tanpa sadar masyarakat membutuhkan hiburan untuk melepaskan stress. Hal ini mengakibatkan masyarakat kota Jakarta cenderung dikenal boros. Diel Investasimenjadi jawaban yang tepat, karena masyarakat bisa merencanakan keuangan mereka dengan baik dan bisa memenuhi kebutuhan mereka.

1. **Teknologi**

Dengan adanya kemajuan dalam bidang teknologi, penulis selaku calon pengusaha perlu memanfaatkan teknologi untuk mendukung segala kegiatan dalam perusahaan. Diel Investasijuga ikut memanfaatkan beberapa teknologi yang dapat digunakan untuk kepentingan kelancaran perusahaan. Beberapa teknologi tersebut adalah telepon, komputer, *printer,* dan internet.

Telepon ini digunakan untuk menghubungi konsumen. Komputer digunakan untuk menyimpan seluruh *soft data.* *Printer* digunakan untuk mencetak formulir pendaftaran, pembayaran, portofolio dan kebutuhan arsip lainnya. Internet ini bisa juga digunakan untuk memberikan informasi kepada konsumen, membantu konsumen yang membutuhkan pelatihan dan keperluan promosi melalui media sosial. Promosi lewat media sosial menjadi sangat penting melihat betapa sering dan banyaknya orang menggunakan *handphone* mereka. Iklan lewat media cetak memakan biaya yang besar dan beberapa orang sudah mulai meninggalkannya. Sementara media *online* hanya cukup tersambung dengan internet dan tidak menggunakan modal yang terlalu banyak.

1. **Lingkungan**

Seiring perkembangan zaman, cara melakukan promosi untuk suatu produk mengalami perubahan, yang dahulu sarana untuk mempromosikan suatu produk sangatlah terbatas dan sempit. Pemasaran dahulu hanya melalui koran, televisi dan majalah. Sehingga sulit untuk menjangkau massa yang banyak. Akan tetapi saat ini dengan adanya internet, kita dapaat memilih sarana promosi yang lebih banyak seperti: sarana media sosial, *website, e-commerce* dan lain sebagainya. Dengan adanya sarana ini membantu lingkungan untuk tidak mencetak poster, brosur dan lainnya. Promosi melalui sarana media *online* juga membuat proses penyampaian informasi lebih cepat ke target yang dituju.

1. **Legalitas**

Hukum di dalam suatu negara adalah hal wajib yang harus ditaati oleh setiap warga negara, tidak terkecuali para pengusaha. Pemerintah telah membuat peraturan perundang – undangan yang mengatur izin untuk mendirikan usaha. Sehingga siapapun warga Indonesia yang ingin mendirikan usaha perseorangan wajib untuk mengurus surat perizinannya terlebih dahulu. Perusahaan perseorangan menurut UU Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan termasuk perusahaan yang wajib didaftarkan ke Kantor Pendaftaran Perusahaan, kecuali 1) jika perusahaan tersebut diurus, dijalankan, atau dikelola pribadi pemiliknya dengan hanya memperkerjakan anggota keluarga; 2) benar-benar hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan nafkah sehari-hari pemiliknya; 3) bukan merupakan badan hukum atau persekutuan. Sumber: [*www.gresnews.com*](http://www.gresnews.com)

Selain itu perusahaan juga harus memberikan hak karyawan sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia. Untuk melindungi hak – hak pekerja maka pemerintah menetapkan dasar kebijakannya dalam bentuk UU Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan yang berisi segala hak yang berhak diterima oleh karyawan. Perusahaan seperti Diel Investasi tentu wajib memberikan hak karyawan dengan adil.

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

Ramalan industri bertujuan untuk memperkirakan jumlah permintaan di masa yang akan datang, hal tersebut dilakukan dengan mengatisipasi perubahan permintaan di masa depan. Dengan ramalan yang diperkirakan dengan matang dan data – data yang lengkap dan akurat maka hasil ramalan yang mendekati ketepatan dengan kondisi masa depan akan membuat pengusaha menguasai pasar dengan lebih mudah dan percaya diri untuk melihat kedepan.

Menurut David (2013:106) *Porter’s Five-Forces Model* adalah model analisis kompetitif yang sering digunakan dalam mengembangkan strategi dari banyak industri. Dalam menganalisis seseorang harus mengidentifikasi lima kekuatan yang menentukan daya tarik jangka panjang sebuah pasar atau segmen pasar, yaitu persaingan sejenis di dalam industri, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan dari produk substitusi, daya tawar pemasok, dan daya tawar pembeli. Berikut adalah analisis *Porter’s Five-Forces* Model dari Diel Investasi:

**Gambar 3.3**

***Porter’s Five - Forces Model***



Sumber: Fred R. David (2013:106)

1. **Persaingan Antar Perusahaan yang Bersaing dalam Industri yang Sama**

Persaingan yang ada di antara perusahaan yang bersaing di industri tertentu merupakan kekuatan terbesar pada model ini. Setiap perusahaan yang sudah berada di pasar tertentu pasti saling berlomba untuk memenangkan posisi puncak dimata konsumen. Setiap perusahaan saling beradu untuk mengeluarkan sesuatu yang unik dan tidak biasa. Jika ada satu perusahaan yang memperlihatkan keunikannya, perusahaan lain tidak mau kalah dan mengeluarkan keunikan mereka. Hal itu dilakukan demi mencapai keunggulan bersaing.

Dalam industri kursus khususnya investasi di Jakarta memiliki tingkat persaingan yang cukup tinggi. Hal ini terjadi karena semakin banyaknya orang yang melihat peluang yang baik dalam membuka bisnis kursus investasi. Ketika suatu perusahaan menciptakan suatu inovasi atau mengembangkan suatu strategi yang unik dan mengubah pasar, perusahaan pesaingnya harus beradaptasi serta menghadapi resiko terlempar keluar dari bisnisnya. Tekanan ini membuat pasar sebagai tempat yang sangat dinamis dan kompetitif. Sehingga sebelum mulai menjalankan bisnis, penulis perlu mempersiapkan segala ide unik yang kreatif dan berbeda dari perusahaan yang sejenis.

1. **Ancaman dari Pesaing Baru yang Memasuki Industri yang Sama**

Semakin banyaknya calon pengusaha yang akan membuka usaha di industri yang sama, menambah ancaman bagi perusahaan sejenis yang sudah berdiri terlebih dahulu dan juga perusahaan sejenis yang sama – sama baru masuk. Potensi masuknya pesaing baru dalam bisnis di industri kursus investasi cukup besar. Banyak pesaing baru yang bermunculan dengan menawarkan kelebihannya masing – masing. Maka dari itu inovasi yang terbaru sangat diperlukan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. Selain itu faktor pemasaran menjadi hal yang tidak kalah penting. Dengan promosi yang gencar membuat orang mengerti tentang eksistensi dari Diel Investasi. Dengan melakukan pemasaran yang unik tentu akan memberikan kesan yang mendalam bagi para konsumen dan tidak mudah dilupakan.

1. **Daya Tawar dari Para Pembeli**

Konsumen memiliki posisi yang penting bagi suatu perusahaan. Karena kepuasan dari konsumen yang membuat perusahaan dapat terus berjalan. Mendapatkan konsumen merupakan tujuan dari setiap perusahaan. Terdapat tujuan lain yang tidak kalah penting dan perlu dicapai yaitu mempertahankan konsumen yang sudah ada.

Kursus investasi biasanya menawarkan jenis jasa yang kurang lebih sama dengan yang lain. Diel Investasimempunyai beberapa keunikan dibanding para kompetitor lainnya yaitu group *War Room*. Group *War Room* adalah suatu ruang untuk para komunitas investor setiap hari kerja (Senin – Jumat) datang untuk melihat *mentor* melakukan *trading* selama satu jam dan membahas pertanyaan – pertanyaan tentang pasar modal.

Tidak hanya itu tetapi Diel Investasi juga menawarkan produk aplikasi untuk para investor bisa mendeteksi pola pasar modal dan tidak tertinggal dari potensi mendapatkan keuntungan. Pengetahuan konsumen mengenai investasi juga masih belum terlalu dalam. Hal ini membuat konsumen memiliki daya tawar yang cukup rendah karena masih jarangnya kursus investasi yang menawarkan jenis jasa serupa, maka ini dapat menjadi salah satu peluang bagi Diel Investasi.

1. **Daya Tawar dari Pemasok**

Daya tawar pemasok akan sangat berpengaruh bagi perusahaan yang melakukan kegiatan produksi. Bagi Diel Investasi sendiri yang bergerak di bidang jasa, tidak terasa pengaruhnya karena tidak adanya bahan – bahan baku yang perlu dipasok. Bagi Diel Investasi yang bergerak di bidang jasa, hanya perlengkapan yang perlu dipasok. Dengan demikian perusahaan dapat dengan mudah mengganti pemasok, maka dikatakan bahwa daya tawar pemasoknya rendah, begitu pula sebaliknya apabila perusahaan sulit untuk mengganti pemasok maka daya tawar pemasok tinggi.

1. **Ancaman dari Produk Substitusi (Pengganti)**

Kegiatan investasi mempunyai beberapa macam, ada investasi yang berbentuk fisik dan tidak. Kegiatan investasi lainnya bisa *cryptocurrency,* reksadana, komoditasdan valuta asing*.* Walaupun memiliki tujuan yang berbeda, namun tetap terlihat mirip bagi para konsumen yang belum mengetahui perbedaannya. Hal tersebut menjadi ancaman tersendiri bagi perusahaan. Oleh sebab itu, dalam hal ancaman dari jasa pengganti, usaha di industri ini memiliki ancaman jasa pengganti yang cukup tinggi.

1. **Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix/ CPM*)**

Menurut David (2013:245) “*The Competitive Profile Matrix identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weakness in relation to a sample firm’s strategic position“*, yang artinya CPM adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasikan para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki.

Profil Kompetitif Matrix dapat digunakan oleh pebisnis untuk mengetahui titik terkuat dan terlemah dari bisnisnya. Hal ini berguna sebagai bahan acuan pebisnis untuk melakukan keputusan-keputusan penting yang diperlukan oleh perusahaan agar tetap bisa bersaing dan selamat dari kompetitor yang ada. Profil Komparatif Matrix juga memudahkan pebisnis melakukan analisis komparatif. Dalam CPM, analisis yang dilakukan bersifat keseluruhan, baik itu faktor eksternal maupun internal. Terdapat empat komponen yang digunakan dalam CPM yaitu:

1. ***Critical Sucess Factors***

Faktor ini yang akan menentukan keberhasilan dan nantinya akan diambil setelah analisis dari lingkungan eksternal dan internal telah dilakukan. Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap perusahaan pasti memiliki kelemahan dan kelebihan dalam lingkungan eksternal maupun internal. Suatu kelebihan harus ditonjolkan oleh perusahaan untuk dapat menunjukan keunggulannya. Sedangkan kelemahan perusahaan harus dikelola sedemikian rupa sehingga tidak menjadi bumerang bagi perusahaan ketika kompetitor datang menyerang.

1. ***Rating* (Peringkat)**

Peringkat dalam *Competitive Profile Matrix* memperlihatkan respon perusahaanterhadap faktor penentu keberhasilan sebuah usaha. Semakin tinggi *rating* yangdidapat memperlihatkan respon yang baik dari perusahaan terhadap *Critical**Success Factors*, dan juga sebaliknya bila *rating* rendah menunjukan responyang kurang baik. Peringkat dengan kisaran antara 1,0 – 4,0 dan dapat diterapkanuntuk berbagai faktor. Ada beberapa poin penting terkait dengan *rating* di CPM:

1. Peringkat diterapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan.
2. Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan.
3. Tanggapan rata – rata diwakili oleh angka 2,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.
4. Tanggapan di atas rata – rata diwakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan.
5. Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh 4,0.
6. ***Weight* (Bobot)**

Bobot dalam CPM menunjukan seberapa pentingnya suatu *critical sucess factors* di dalam suatu perusahaan. Angka dalam kolom bobot yang diberikan untuk setiap faktor adalah 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Total dari seluruh bobot dari masing – masing faktor adalah sebanyak 1,0.

1. ***Total Weighted Score***

Merupakan total dari seluruh nilai tertimbang. Nilai akhir dari jumlah nilai tertimbang harus berada di antara rentang 1,0 (rendah) hingga 4,0 (tinggi). Rata – rata total nilai untuk CPM adalah 2,5, dimana jika suatu perusahaan berada di bawah nilai 2,5 maka dianggap memiliki posisi yang lemah pada persaingan. Sedangkan jika suatu perusahaan memiliki nilai di atas nilai 2,5 maka dianggap memiliki posisi yang kuat dalam persaingan. Dalam CPM, perusahaan yang memiliki nilai tertimbang paling tinggi dianggap sebagai pemenang di antara pesaing. Namun meski demikian, angka-angka total nilai tertimbang hanyalah menggambarkan kekuatan relatif perusahaan-perusahaan yang dibandingkan. Hal ini akan membantu perusahaan untuk dapat mengambil keputusan yang lebih baik lagi untuk kelanjutan usaha yang dijalankannya.

Di bawah ini penulis akan membuat tabel menjelaskan lebih *detail* lagi mengenai *Competitive Profile Matrix* dimana Diel Investasi dibandingkan dengan dua pesaing lainnya, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

***Competitive Profile Matrix***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Critical Success Factor*** | **Bobot** | **Diel Investasi** | ***JSXPROID*** | **Galeri Saham** |
| **Peringkat** | **Nilai** | **Peringkat** | **Nilai** | **Peringkat** | **Nilai** |
| Guru / *Mentor*Strategi PemasaranPortofolioKomunitasHarga | 0,10,30,40,150,05 | 33342 | 0,30.91,20,60,10 | 43323 | 0,40,91,20,30,15 | 43322 | 0,40,91,20,30,1 |
| **TOTAL** | **1,00** | **3,10** | **2,95** | **2,90** |

 Sumber: Data Diolah dari Diel Investasi

Keterangan:

1. Bobot yang bernilai paling tinggi merupakan faktor yang terpenting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.
2. Total dari bobot secara keseluruhan adalah 1 (satu).
3. Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yaitu: 4=*major strength*, 3=*minor strength*, 2=*minor weakness*, 1=*major weakness*.
4. Total pada masing – masing perusahaan merupakan hasil dari perkalian peringkat dengan nilai (peringkat x nilai).

Angka yang tertera pada analisis CPM pada **tabel 3.2** didapatkan dari hasil *survey* 50 koresponden yang bekerja sebagai mahasiswa/i, pegawai, wirausaha dengan rentan usia 19 – 30 tahun. Faktor yang menentukan komponen inti bisnis jasa kursus investasi terletak pada portofolio atau *track record* tentang pasar saham.

Faktor ini tidak menjadi unggulan yang dimiliki oleh Diel Investasi dikarenakan adanya kompetitor yang memberikan informasi portofolio selama tiap tahun dan sudah memiliki testimonial yang banyak. Faktor yang menjadi unggulan dari Diel Investasiadalah komunitas. Komunitas ini mempunyai forum diskusi antar pelajar yang diamati oleh *mentor* untuk mereka bisa membahas tentang pergerakan pasar dan mereka juga bisa melihat dan mengikuti pola prediksi dari *mentor.*

Hal ini merupakan hal yang baru dibandingkan para kompetitornya yang tidak mempunyai forum untuk para komunitas bisa memberikan pendapat. Diel Investasi kalah dalam pemilihan strategi pemasaran dikarenakan promosi yang dilakukan melalui media sosial dan dibanding competitor. Kompetitor telah mempunyai reputasi yang baik dan pengikut yang banyak dan hal ini membuat strategi promosi menjadi lebih mudah bagi mereka.

Catatan penting untuk diingat bahwa nilai hasil analisis CPM yang rendah tidak bisa menentukan secara keseluruhan bahwa perusahaan tersebut lebih buruk dibandingkan dengan pesaingnya. Angka – angka tersebut hanya menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki setiap perusahaan dan juga menggambarkan bahwa setiap perusahaan mempunyai kekuatan dan kelemahan di bidang yang berbeda – beda.

1. **Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT *Analysis)***

Analisis SWOT merupakan hasil analisis perusahaan terutama dalam aspek *strength, weakness, opportunity,* dan *threat.* Analisis menggunakan SWOT merupakan cara perusahaan untuk dapat mengamati lingkungan baik eksternal maupun internal. Hasil dari analisis SWOT akan digunakan perusahaan untuk mengambil keputusan mengenai strategi apa yang akan dipakai untuk dapat bertahan di dalam dunia bisnis yang terus menerus bergerak dan menyebabkan setiap perusahaan harus mudah beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis ini. Berikut adalah hasil analisis SWOT dari perusahaan Diel Investasi:

1. *Strength*, yaitu analisis kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan. Faktor ini harus digunakan oleh perusahaan sebaik mungkin apabila ingin memenangkan persaingan bisnis yang ada dalam dunia bisnis ini. *Strength* dari Diel Investasi adalah:
2. Memiliki aplikasi pendeteksi sinyal untuk *investor* bisa melihat dan memilih untuk berpartisipasi atau tidak.
3. Memiliki group *War Room* yang kegunaannya adalah investor bisa belajar secara *real time* dari cara prediksi hingga eksekusi di pasar modal. Investor juga bisa bertanya kepada *mentor* dengan tujuan untuk pembelajaran.
4. Memiliki harga yang terjangkau.
5. Memiliki kualitas hasil kerja yang baik. Sehingga dapat memberikan rasa *customer satisfaction* kepada klien setelah merasakan jasa Diel Investasi.
6. *Weakness*, yaitu analisis kelemahan suatu perusahaan. Setiap perusahaan pasti memiliki kelemahan. Tetapi cara tiap perusahaan untuk menutupi kelemahan tersebut pasti berbeda – beda. *Weakness* dari Diel Investasi adalah:
7. Diel Investasi merupakan perusahaan yang baru sehingga belum memiliki *brand awareness* yang tinggi.
8. Portofolio atau *trade journal* masih baru.
9. *Opportunity*, yaitu analisis kesempatan yang dapat digunakan oleh perusahaan di lingkungan eksternalnya. Kondisi lingkungan eksternal dapat digunakan sebagai peluang bagi suatu perusahaan untuk berkembang. Peluang yang dilihat wajib untuk digunakan sebaik mungkin oleh perusahaan demi mendapatkan keuntungan yang maksimal. *Opportunity* dari Diel Investasi adalah:
10. Gaya hidup masyarakat yang semakin membutuhkan hiburan. Hal ini mengakibatkan tingkat kebutuhan meningkat.
11. Pertumbuhan Infrastruktur yang terus maju dan mengakibatkan harga rumah semakin mahal.
12. Pengetahuan masyarakat tentang pasar modal yang masih rendah.
13. *Threat*, yaitu analisan ancaman yang datang dari lingkungan eksternal, yang dapat membuat guncangan terhadap perusahaan. Ancaman ini tentu dapat dihindari oleh perusahaan. Tetapi semua tergantung oleh keputusan apa yang diambil oleh pihak manajer senior untuk menghindari ancaman tersebut. Ancaman bagi Diel Investasi adalah:
14. Para pesaing yang ada dengan jasa sejenis merupakan perusahaan besar sehingga lebih berpengalaman di bidang ini.
15. Harus berkerjasama dengan perusahaan *broker* dikarenakan Diel Investasihanya berfokuskan ke kursus.
16. Kondisi perekonomian jika mengalami resesi.

Matriks SWOT adalah alat pencocokan yang penting untuk membantu manajer dalam mengembangkan empat jenis strategis yaitu strategi SO (*strengths-opportunies*), strategi WO (*weakness-opportunities*), strategi ST (*strengths-threats*), dan strategi WT (*weakness-threats*). Berikut mengenai Matriks SWOT dari Diel Investasi:

**Tabel 3.3**

**Matriks SWOT Diel Investasi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **MATRIKS SWOT** | ***Strengths*:**1. Aplikasi untuk pendeteksi sinyal.
2. Bisa melihat proses dari prediksi hingga eksekusi dalam group *War Room*.
3. Harga yang terjangkau.
4. Kualitas yang memuaskan.
 | ***Weakness*:**1. *Brand Awareness* masih rendah.
2. Portofolio atau *trade journal* masih baru.
 |
| ***Opportunities*:**1. Gaya hidup yang semakin membutuhkan dana lebih.
2. Perkembangan infrastruktur yang terus maju mengakibatkan harga tanah menjadi mahal.
3. Pengetahuan tentang ilmu pasar modal masih rendah.
 | **Strategi S-O**1. Mempermudah belajar tentang pasar modal

(**S1, O3**).1. Adanya bukti nyata bisa membuat mereka belajar dan mulai menabung. (**S2,O2**).
 | **Strategi W-O**1. Ikut menjadi *tenant* di pameran saham

(**W1, O3**).1. Memberikan *free signal* untuk beberapa klien (**W1, O1**).
 |
| ***Threats*:**1. Para pesaing yang ada merupakan perusahaan besar.
2. Jika ada pemain yang baru tidak bisa langsung membuka akun *trading* melainkan harus bekerjasama ke *broker* tertentu.
3. Resesi ekonomi dapat mempengaruhi kondisi pasar modal.
 | **Strategi S-T**1. Bekerja sama dengan *broker*

(**S1, T1**).1. Memberikan paket harga dengan nilai tinggi (**S3, T1**).
 | **Strategi W-T**1. Membuat *video* *company profile*

(**W1, T1**). |

 Sumber: Diel Investasi

Keterangan:

* + - 1. Strategi S-O
1. Dengan pengetahuan masyarakat tentang pasar modal yang masih sedikit, membuat masyarakat menganggap pasar modal itu susah dan pasti rugi. Maka dari itu Diel Investasiakan memberikan aplikasi yang berguna untuk mendeteksi potensi pasar. Hal ini bertujuan untuk membangun rasa kepercayaan dari masyarakat terhadap pasar modal.
2. Guru juga menjadi salah satu faktor penting untuk bidang jasa kursus. Dengan adanya guru yang datang tiap hari dan melakukan *trading* secara *live* melalui media sosial, *investor* bisa belajar dan mulai membangun rasa percaya diri mereka terhadap bagaimana mereka mendapat keuntungan dan menabung.
	* + 1. Strategi W-O
3. Dalam usaha perusahaan meningkatkan *brand awareness*, *Diel Investasi* akan mengikuti pameran pasar modaldi Balai Sidang Jakarta *Convention Center*. Diel Investasimengikuti pameran ini guna untuk menjangkau para *trader* yang masih baru dan masih berusaha untuk mendapat keuntungan maupun yang belum pernah mencoba tetapi ingin belajar. Pameran ini juga sesuai dengan tujuan *Diel Investasi* dimana banyak orang yang tertarik dengan saham dan kebanyakan dari mereka masih belum mengerti dan ingin belajar.
4. Perusahaan *Diel Investasi* juga memberikan *free signal* selama seminggu kepada calon klien yang terpilih. Kemudian calon klien yang mendapat *free signal* akan diliput oleh perusahaan sebagai bahan testimoni untuk meningkatkan rasa percaya konsumen terhadap perusahaan. Strategi ini dapat terlaksana dengan menggunakan sumber daya manusia yang telah dilatih oleh *supervisor* Diel Investasi.
	* + 1. Strategi S-T
5. Dalam kegiatan belajar pasti dibutuhkan waktu untuk terjun ke dunia pasar modal. Maka dari itu Diel Investasibekerjasama dengan *broker* untuk membantu klien agar bisa terjun mencoba apa yang mereka telah pelajari di Diel Investasi.
6. Dengan harga yang masuk akal, klien bisa mendapatkan *full feature.* Harga yang tertera pada kontrak sudah termasuk komunitas, guru dan modul yang berguna untuk kepentingan pembelajaran.
	* + 1. Strategi W-T
7. Membuat *video* mengenai *company profile* dapat meningkatkan rasa kepercayaan calon klien terhadap citra perusahaan. *Video* ini akan disebar melalui beberapa *platform* seperti di *Instagram, youtube* serta akan diputarkan di pameran – pameran pasar modal sehingga pengunjung yang datang juga dapat melihat *video company profile* kami.