



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Dengan semakin berkembangnya zaman, persaingan dagang tentunya akan semakin besar, dengan adanya permasalahan persaingan ini tentunya dalam hal pemasaran haruslah ditingkatkan dengan cara mengandalkan kecanggihan-kecanggihan aplikasi yang berkembang pesat dari tahun ke tahun, dengan adanya teknologi tersebut masyarakat lebih praktis dan murah dalam mendapatkan bahan-bahan bangunan. Agar lebih seimbang dalam menghadapi persaingan Toko Bangunan Pelita Jaya menggunakan cara meningkatkan kualitas dan juga menggunakan cara pengiriman dengan cara mencoba menjual dengan berbasis online. Dengan cara itu memungkinkan dalam hal peningkatan penjualan dan omset akan lebih bertambah, dikarenakan semakin banyak pengeluaran barang akan banyak juga pendapatan yang diterima perusahaan, karena perusahaan mendapatkan konsumen dengan lebih luas.

1.1. Trend dan Pertumbuhan Industri

Toko Bangunan Pelita Jaya merupakan bisnis di bidang bahan bangunan yang pada tahun 2022 ini merupakan salah satu usaha yang cukup menjanjikan. Data trend dan pertumbuhan industri sangat dibutuhkan oleh pemilik usaha untuk mengkaji industri yang akan dipilih. Berdasarkan catatan Badan Pusat Statistik (BPS), sepanjang 2021 sektor konstruksi sebagai penopang industri komponen bangunan, tumbuh 2,81 persen secara *year-on-year* dan 3,91 persen pada kuartal IV/2021. Menurut lembaga riset *Building Construction Information (BCI) Asia*, pembangunan konstruksi di Indonesia pada tahun ini akan meningkat pesat. Berdasarkan hasil riset yang dirilis akhir 2021, nilai proyek gedung diperkirakan Rp157,47 triliun pada 2022, didorong oleh pertumbuhan sektor perumahan dan

© Hak Cipta milik IBIKK (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.

industri. Dengan meningkatnya pertumbuhan pembangunan menjadi kesempatan bagi Toko Bangunan Pelita Jaya untuk terus berkembang kearah yang lebih baik lagi.

3.2 Analisis Pesaing

Pesaing atau kompetitor merupakan ancaman yang harus diatasi dengan bijak. Dalam hal bisnis pesaing akan selalu ditemui apapun jenis bisnisnya, meskipun begitu peningkatan kualitas produk dan pelayanan juga harus selalu ditingkatkan dan menjadi karakteristik terhadap usaha yang dikelola sehingga persaingan menjadi motivasi suatu perusahaan agar terus maju dan mampu mempertahankan usahanya dengan baik. Menyadari dan mengenali posisi dalam persaingan apakah sebagai *trenseter* atau *follower* sangatlah perlu, jika usaha Toko Bangunan Pelita Jaya merupakan usaha yang menjadi ikon maka usaha ini harus memiliki daya tarik terutama karakter khusus sehingga adanya ketertarikan terhadap pelanggan. Sehingga pelanggan akan setia dan terus berbelanja.

Strategi perusahaan dapat menentukan perusahaan yang menjadi kelompok strategis yang berfungsi untuk menentukan siapa yang menjadi pesaing kunci dalam pasar yang sama, selain penentuan kelompok strategis, diperlukan juga analisis tujuan perusahaan beserta faktor lain seperti ukuran pesaing, pengelolaan usaha pesaing, serta faktor seperti keuangan perusahaan (Kotler, Phillip; Keller, 2016). Selain itu, persaingan mendorong perusahaan untuk berinovasi, membedakan, dan mengembangkan penawaran terbaik perusahaan agar menonjol di pasar dan meningkatkan pangsa baik secara konvensional, maupun dengan penggunaan sistem penjualan. Tidak masalah jika perusahaan baru mengenal pasar atau pemain yang sudah ada, analisis kompetitif adalah sesuatu yang harus ada dalam daftar karena pesaing di luar sana mempraktikannya untuk menemukan peluang untuk memimpin.





Pada tahap ini, Toko bangunan Pelita Jaya memiliki kelompok strategis yang merupakan usaha dengan produk berkualitas, berikut analisis beberapa pesaing kunci toko bangunan

Pelita Jaya:

1) Toko Bangunan Pelita Jaya

Toko bangunan Pelita Jaya merupakan salah satu usaha yang menjual bahan bangunan secara *online* maupun *offline* (melalui tokopedia,shopee,dll).

2) Jenis Produk: bahan bangunan

3) Segmentasi Pasar: Menengah

4) Metode Penjualan: *Online* dan *Offline*

5) Lokasi: JL. Kol Ahmad Syam, Bogor Timur

Tabel 3.1

Analisis Pesaing Toko Bangunan Pelita Jaya

Nama Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Mitra 10 Berlokasi di Jalan Baru, Bogor.	1) Sudah berdiri cukup lama 2) Sudah terpercaya 3) Sudah dikenal banyak orang 4) Memiliki berbagai macam jenis bahan bangunan 5) Sudah memiliki banyak cabang	1) Pelayanan kurang memuaskan 2) Harga terbilang mahal
Depo Bangunan Berlokasi di Jalan Baru, Bogor.	1) Memiliki varian bahan bangunan yang tergolong banyak. 2) Sudah memiliki banyak cabang. 3) Sudah dikenal banyak orang	1) Harga terbilang mahal
Material BSI Berlokasi di Katulampa, Bogor.	1) Harga terbilang terjangkau 2) Lokasi dekat dengan proyek perumahan BSI	1) Belum banyak diketahui oleh masyarakat 2) Kurangnya promosi

Sumber: Penulis

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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 Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



ii. Faktor Ekonomi (*Economy*)

Industri properti sebagai salah satu sektor usaha yang paling tahan banting selama pandemi Covid-19, namun tidak bisa menjamin juga apakah dengan masih adanya pandemi industri properti akan terus aman. Hal ini dibuktikan dengan langsung bangkitnya industri properti meski pada kuartal I-2020 tumbuh negatif. Menurut ekonom CORE Indonesia Piter Abdullah, setelah menunjukkan perannya sebagai salah satu motor pemulihan ekonomi Indonesia pasca Pandemi, sektor properti juga bisa diandalkan kembali untuk memacu ekonomi domestik. Industri properti dan turunannya bisa menjadi tumpuan di tengah kekhawatiran resesi dan perlambatan ekonomi global. Sektor perumahan merupakan sektor padat modal, mulai dari sisi pembangunan hingga pembiayaan. Sektor properti juga mendukung industri produk lokal, karena 90% bahan bangunan dalam konstruksi rumah merupakan produk lokal. Dengan pertumbuhan industri properti yang positif tentunya akan sangat berdampak pada usaha bahan bangunan.

iii. Faktor Sosial (*Social*)

Adanya peningkatan terhadap industri properti tentunya akan memperbanyak pembangunan di setiap daerah, sehingga meningkatkan industri lain yang berhubungan dengan properti seperti toko bangunan. Masyarakat akan mencari bahan bangunan termurah dan terpercaya yang tentunya digunakan untuk pembangunan atau renovasi rumah mereka pribadi atau untuk kepentingan properti.

iv. Faktor Teknologi (*Technology*)

Perkembangan Teknologi yang semakin pesat memberikan kemudahan pada setiap orang, evolusi dan inovasi teknologi memberikan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan operasional suatu usaha. Dalam hal teknologi, Toko



Bangunan Pelita Jaya menerapkan sistem software dan penggunaan sosial media untuk promosi atau pemasaran kepada pelanggan. Software sendiri tentunya harus menggunakan bantuan komputer dan juga printer untuk mempermudah dalam hal keuangan dan juga pendataan barang keluar masuk agar lebih rapi, detail, dan lebih mudah untuk dipahami. Sedangkan untuk promosi dan pemasaran tentunya menjadikan Toko Bangunan Pelita Jaya memiliki metode penjualan secara online juga, dibantu dengan menggunakan media sosial seperti dalam hal promosi bisa dilakukan di *Instagram* atau *Facebook* lalu untuk penjualan bisa menggunakan Tokopedia dan *Shopee*. Untuk pembayaran sendiri Toko Bangunan Pelita Jaya sudah menyediakan pembayaran melalui *QR* atau *scan* melalui *barcode* sehingga lebih mempermudah pelanggan dalam bertransaksi. Transaksi ini juga bisa dilakukan menggunakan *ATM* *BCA*, *Gopay*, *OVO*, *Dana*, *Dll*.

v. Faktor Lingkungan (*Environment*)

Faktor lingkungan berdasarkan pada kondisi lingkungan sekitar lokasi usaha yang mempengaruhi operasional Toko Bangunan Pelita Jaya. Seperti yang diketahui saat ini dunia sedang dilanda pandemi *COVID-19* yang masih belum diketahui sampai kapan yang menyebabkan ketidakpastian dalam berbagai bidang industri yang tentunya akan menjadi ancaman dalam usaha. Seperti diberlakukannya *Social Distancing* yang menyebabkan berkurangnya pelanggan dan juga masyarakat yang lebih memilih untuk berdiam dirumah menyebabkan berkurangnya pelanggan. Namun seiring berjalannya waktu dunia semakin gencar dengan menggunakan teknologi secara online begitu juga dengan Toko Bangunan Pelita Jaya yang berinovasi dengan memasarkan dan mempromosikan produk secara online di media sosial sehingga penjualan akan tetap stabil dan tidak berkurang.

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.



vi. **Faktor Hukum (*Legal Factor*)**

Faktor legal tentunya mengikuti peraturan yang sudah ditentukan oleh pemerintah.

Dalam suatu usaha, legalitas adalah sesuatu yang dibutuhkan untuk kelancaran usaha.

Dokumen legalitas yang dibutuhkan yaitu NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), Nomor

Induk Berusaha (NIB), dan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) agar memenuhi syarat

terbentuknya suatu usaha. Selain legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB)

dan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK), faktor lain yang dapat mempengaruhi yakni

peraturan perpajakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebesar 0,5% dari

omzet yang diperoleh setiap tahunnya bagi usaha yang mempunyai omzet dibawah

Rp4,8 milyar setiap tahunnya, namun berdasarkan PP 23/2018, maka UMKM yang

belum berbentuk badan usaha dikenakan PPh final dengan tarif 0,5% dari omzet tahunan.

Tabel 3.2

Identifikasi Pestel

No	Political	Economic	Social	Technology	Enviroment	Legal, Law, Regulator
1.	Kepastian hukum dan dukungan Pemerintah akan terus dijalankan dalam bentuk simplifikasi regulasi dan perizinan	Industri properti dan turunannya bisa menjadi tumpuan di tengah kekhawatiran resesi dan perlambatan ekonomi global.	Adanya peningkatan terhadap industri properti tentunya akan memperbanyak pembangunan disetiap daerah,	Kemajuan teknologi yang mendorong kegiatan operasional.	Pandemi <i>COVID-19</i> yang masih belum diketahui sampai kapan yang menyebabkan ketidakpastian dalam berbagai bidang industri	Kemudahan perizinan usaha (NIB & IUMK).
2.						Dikenakannya pajak penghasilan terhadap omzet

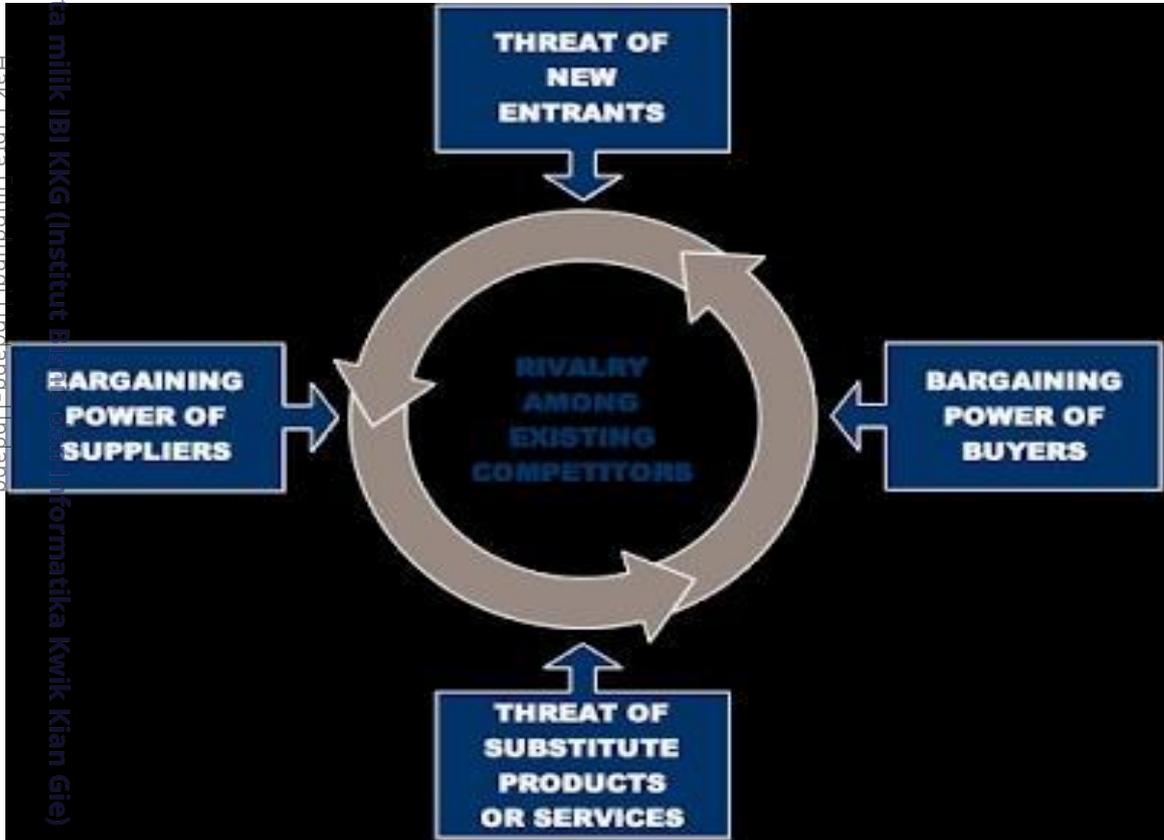
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



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

Business Model)

Gambar 3.1
Porter Five Forces Business Model



Sumber: Insomnia Blog

Didalam teori persaingan kita mengenal ada suatu teori dari Michael Porter yang sangat terkenal pada saat menganalisis persaingan atau *competition analysis*. Teori tersebut dapat juga dikenal sebagai **Porter Five Forces Model**, intinya dari analisis ini adalah Porter menilai bahwa perusahaan secara nyata tidak hanya bersaing dengan perusahaan yang ada dalam industri saat ini. Menurut Porter dalam David (2009), keadaan persaingan dalam suatu bidang usaha bergantung pada lima kekuatan persaingan pokok yaitu ancaman pendatang/pesaing baru, daya tawar pemasok, daya tawar konsumen, ancaman produk pengganti, dan persaingan antar usaha pesaing. Dengan demikian, kita harus mengetahui bahwa ada lima kekuatan yang menentukan karakteristik suatu industri. Analisis lima kekuatan persaingan model Porter dari Toko Bangunan Pelita Jaya adalah sebagai berikut:

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

Hak cipta Ditanggung 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.



casting, dan lainnya. Toko Bangunan Pelita Jaya memiliki jumlah pemasok yang cukup banyak sehingga dapat memiliki alternatif atau opsi dalam memilih atau berganti pemasok lain yang ada. Dengan adanya banyak pemasok membuat daya tawar pemasok tidak terlalu berpengaruh atau memberikan ancaman terhadap Toko Bangunan Pelita Jaya.

3) Daya Tawar Konsumen (*Bargaining Power of Buyers*)

Daya tawar pembeli pada suatu industri berperan dalam menekan harga untuk turun, serta memberikan penawaran dalam peningkatan kualitas ataupun layanan lebih dan membuat kompetitor saling bersaing satu sama lain. Konsumen toko bangunan biasanya merupakan individu ataupun pemborong untuk suatu proyek tertentu yang bisa dibeli secara satuan maupun borongan baik secara online maupun offline. Namun konsumen utamanya adalah pemborong, karena biasanya mereka membeli dalam jumlah yang banyak untuk sebuah pembangunan. Pembeli memiliki daya tawar yang kuat apabila kelompok pembeli terpusat/pembeli membeli dalam jumlah yang besar, produk yang dibeli merupakan bagian dari suatu biaya atau pembelian dengan jumlah yang cukup besar, sehingga pembeli cenderung mencari harga yang lebih menguntungkan.

4) Ancaman Produk Substitusi (*Threat of Substitution Product*)

Produk pengganti bisa saja menjadi ancaman utama bagi pemilik usaha. Biasanya produk pengganti akan muncul karena perubahan permintaan atau tren oleh konsumen. Semua perusahaan dalam suatu industri saling bersaing, adanya perusahaan lain dengan produk atau jasa pengganti akan membatasi keuntungan potensial dari sebuah industri, dengan menentukan batasan harga sebuah perusahaan keuntungannya dapat berubah. Semakin menarik harga yang ditawarkan oleh produk pengganti, maka akan semakin berbahaya untuk keuntungan sebuah industri. Mengidentifikasi produk pengganti bisa



dilakukan dengan melihat apakah produk tersebut dapat menggantikan fungsi yang sama dari produk utama.

Untuk saat ini belum ada produk pengganti untuk industri toko bangunan. Mungkin produk seperti batu bata lama kelamaan akan mengalami penurunan dalam penjualan dikarenakan terdapat beberapa masyarakat dan pemborong lebih memilih untuk menggunakan hebel dikarenakan lebih murah dan lebih mudah dalam pemasangannya dalam pembangunan. Namun masih banyak masyarakat yang belum tahu mengenai produk hebel ini sendiri sehingga lebih baik untuk memiliki dua produk tersebut dalam bisnis toko bangunan untuk mengikuti arus pembelian masyarakat.

5) Persaingan Antar Perusahaan Pesaing (*Competitors*)

Bersaing dengan kompetitor yang menghasilkan barang/jasa yang sama dan saling memperebutkan pangsa pasar dengan menggunakan cara-cara seperti kompetisi harga, perang iklan, pengenalan produk baru dan peningkatan layanan pelanggan dan garansi produk. Intensitas persaingan akan tinggi apabila jumlah pesaing seimbang, ketika jumlah pesaing dengan kekuatan yang sama bersaing akan meningkatkan intensitas persaingan dalam kompetisi, Pertumbuhan industri yang lambat mengubah persaingan menjadi ajang perebutan untuk perluasan pangsa pasar, biaya tetap yang tinggi menciptakan tekanan yang berat terhadap semua perusahaan untuk mengisi kapasitas, yang sering kali menyebabkan penurunan harga yang cepat pada saat terjadi kapasitas berlebih. Kompetitor yang beragam masing-masing memiliki beragam kepribadian, asal usul, karakteristik serta tujuan dan strategi yang berlainan.

Saat ini banyak bangunan-bangunan baru bermunculan di setiap daerah dan mementingkan bahan baku yang berkualitas bagus dan murah. Adanya pembangunan ini sangat menguntungkan bagi pengusaha toko bangunan. Namun seiring dengan

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.



perkembangan jaman banyak toko-toko bangunan yang berbasis *online* bermunculan sehingga menyebabkan para pengusaha yang menjalani secara *offline* mengalami penurunan keuntungan dikarena tidak bisa beradaptasi dengan teknologi yang semakin canggih. Dengan adanya kasus seperti ini tentunya membuat Toko Bangunan Pelita Jaya untuk bergerak lebih maju dalam mengikuti tren. Dalam hal pemasaran bisa menggunakan sosial media dan lainnya sehingga lebih praktis dan juga memberikan harga yang lebih murah daripada harga *offline* sehingga masyarakat lebih tertarik dalam mendapatkan bahan-bahan bangunan yang diperlukan. Namun bisnis yang berbasis *online* pun tidak sepenuhnya memiliki kelebihan seperti tidak bisa melihat barang secara langsung seperti pasir, kayu, besi, bata,dll. Maka dari itu Toko Bangunan Pelita Jaya menerapkan toko berbasis *online* dan *offline*.

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

Menurut (David, Fred 2013:113), analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM) merupakan analisis yang digunakan untuk mengenali (identifikasi) pesaing-pesaing utama perusahaan beserta kekuatan dan kelemahan spesifik pesaing dalam hubungan analisa letak posisi strategis perusahaan dalam industri. Untuk lebih memahami lingkungan eksternal dan persaingan dalam insudtri tertentu, perusahaan sering menggunakan CPM. Analisis CPM menggunakan sistem bobot dan rating pada setiap faktor kunci yang dimiliki perusahaan. Bobot yang diberikan berkisar antara 0-1 unutup menentukan faktor yang merupakan kunci yang paling penting bagi kesuksesan perusahaan, kemudia rating digunakan untuk menggambarkan kondisi strategis perusahaan terhadap pesaing lainnya, setelah diberikan bobot dan rating kemudian akan dikalikan hingga mandapatkan nilai untuk masing-masing faktor kunci dan kemudian dijumlahkan untuk dibandingkan dengan nilai perusahaan pesaing. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukakn, faktor strategis yang akan digunakan oleh Toko Bangunan Pelita Jaya yakni sebagai berikut:



Tabel 3.3

CPM Toko Bangunan Pelita Jaya

Critical Success Factors	Weight	TB. Pelita Jaya		Mitra 10		Depo Bangunan	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga Produk	0,17	4	0,68	2	0,34	2	0,34
Kualitas Produk	0,18	3	0,53	3	0,53	3	0,53
Kemasan	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Variasi Produk	0,18	3	0,53	4	0,71	3	0,53
Lokasi	0,17	4	0,70	4	0,70	4	0,70
Merk	0,15	2	0,30	4	0,61	3	0,46
Total	1		3,19		3,33		3,00

Sumber: Hasil Survey 2022

Keterangan

- Bobot nilai tertinggi adalah faktor penting untuk kesuksesan suatu usaha
- keseluruhan total bobot adalah 1
- Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, antara lain : 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan sekunder, 2 = kelemahan sekunder, 1 = kelemahan utama
- Nilai masing – masing perusahaan merupakan hasil peringkat dikalikan bobot (peringkat x bobot).

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 3.3, bisa dilihat bahwa peringkat pertama ditempati oleh Mitra10 sedangkan untuk peringkat kedua dan ketiga ditempati oleh TB. Pelita Jaya dan Depo Bangunan. Meskipun TB. Pelita Jaya menempati posisi kedua dalam hasil analisis, angka-angka tersebut hanya menggambarkan kelemahan dan kekuatan perusahaan secara keseluruhan dengan pesaing sehingga dapat mengatasi kelemahan yang ada jika perlu dan penting atau mempertahankan keunggulan karena sudah mengungguli pesaingnya.

1. Dilarang menyalin atau menjiplak seluruh atau sebagian isi laporan ini tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Hasil Riset ini merupakan Sifat Rahasia dan Tidak Boleh Ditolak
 Injeksi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Menurut (Rangkuti, 2019) analisis SWOT merupakan analisis untuk menyusun faktor-faktor strategis yang dimiliki perusahaan untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis S.W.O.T adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Teknik ini biasanya diterapkan di dalam seluruh perusahaan atau organisasi secara umum, maupun dalam proyek tertentu. Di tingkat organisasi, analisis SWOT dapat digunakan untuk menganalisa pertumbuhan perusahaan beserta tolak ukur keberhasilannya. Hasil analisis S.W.O.T yang telah dilakukan untuk mendapatkan strategi perusahaan dijabarkan melalui matriks S.W.O.T dibawah ini:

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 3.4

Matriks S.W.O.T Toko Bangunan Pelita Jaya

<p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	Internal	<p>Kekuatan (Strength)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga produk terjangkau. 2. Produk yang dijual berkualitas. 3. Kemasan Produk yang baik. 4. Variasi Produk. 5. Lokasi yang strategis. 	<p>Kelemahan (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Citra usaha yang baru terbentuk.
	Eksternal	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas produk (S1,S2,S3). 2. Memperluas area pemasaran (S5,O1,O3). 3. Promosi melalui 15denti media (S3,S4). 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu aktif dalam media 15denti (W1,O2).
	<p>Peluang (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan pemerintah. 2. Peningkatan 15dentic15 15dentic15 menyebabkan banyak pembangunan. 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi biaya operasional untuk menekan biaya kemasan (S4,T1). 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerjasama dengan banyak <i>supplier</i> untuk memenuhi permintaan pasar (W1,T1).
	<p>Ancaman (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ancaman pendatang baru. 		

Sumber: Data diolah penulis

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



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.