



BAB III

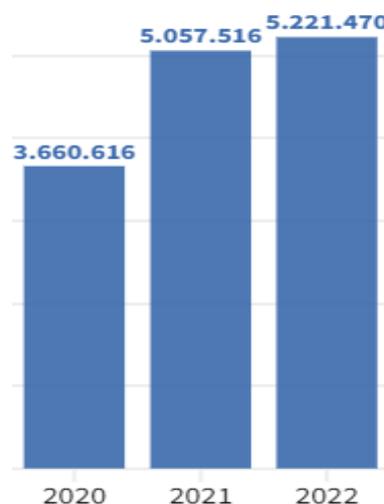
ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Analisis Industri dan pesaing sangat penting untuk dilakukan untuk membangun suatu usaha. Karena analisis inilah sangat menentukan apa yang harus dilakukan perusahaan untuk dapat berkembang ataupun mengambil keputusan strategi yang tepat di masa depan. Dalam memulai suatu bisnis, analisis industri sangat diperlukan untuk mengetahui kelayakan atau tidaknya suatu bisnis yang akan kita jalani. Analisis pesaing juga penting untuk bersaing dalam pasar yang akan kita masuki.

3.1. Trend dan Pertumbuhan Pasar

Trend toko oli sudah mulai menjalar di Indonesia. Mengingat banyaknya kendaraan bermotor di Indonesia. Penjualan oli secara retail merupakan salah satu bisnis yang tepat, dikarenakan perawatan motor harus rutin dilakukan agar memperpanjang usia pakai suku cadang maupun motor itu sendiri.

Gambar 3. 1
Pertumbuhan Penjualan Sepeda Motor Di Indonesia



Sumber: Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI)

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.



Pertumbuhan sepeda motor di Indonesia berdasarkan sumber Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), jumlah penjualan sepeda motor di pasar domestik pada tiga tahun terakhir terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2020, jumlah penjualan sepeda motor hanya berada di angka 3,6 juta unit karena masa pandemi Covid-19, namun berhasil meningkat dengan kenaikan 38,16% yaitu sebanyak 5,06 juta unit pada tahun 2021. Kemudian pada tahun 2022 terjadi peningkatan penjualan kembali sebesar 3,24% yaitu sebanyak 5,22 juta unit sepeda motor yang telah terjual. Hal ini dianggap baik oleh AISI karena sudah mencapai target penjualan tahun 2022 yang memantok target penjualan di kisaran 5,1 juta hingga 5,4 juta.

(Sumber: <https://www.aisi.or.id/statistic/>)

Pada setiap tahunnya, penjualan yang paling tinggi ialah motor dengan jenis scooter atau sepeda motor *matic* yang selalu menunjukkan angka di kisaran 87% dari total penjualan sepeda motor di Indonesia dari tahun 2020 hingga 2022 yang dimana menjadi fokus utama target pasar Berkat Jaya Oli. Hal menjadi tentunya akan menjadi peluang bagi bisnis Berkat Jaya Oli.

3.2. Analisis Pesaing

Analisis pesaing merupakan sebuah proses untuk mengenali dan menilai pesaing utama dalam kegiatan industri yang akan di jalani seorang pembisnis, untuk berkemampuan dapat menganalisa kelebihan dan kekurangan dari pesaing untuk dapat lebih unggul dalam melawan pesaing bisnis. Dalam hal ini dibutuhkan data-data informasi dari perusahaan pesaing, agar dapat merencanakan strategi pemasaran yang lawan secara efektif dan jujur. Perbandingan untuk harga, produk, saluran distribusi, promosi juga perlu dilakukan untuk mengenali hal-hal yang dapat dilakukan dalam

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



d. Memilih pesaing

Tahap terakhir adalah memilih pesaing, yaitu tahap dimana perusahaan memilih pesaing yang akan dihadapi. Cara-cara yang dapat dilakukan pengusaha untuk memperoleh informasi adalah:

1) Melakukan observasi ke perusahaan pesaing

Langkah ini dilakukan dengan cara pengusaha seolah-olah menjadi pelanggan untuk melihat secara langsung dan mengobservasi perusahaan pesaing.

2) Mencoba secara langsung produk dan jasa yang ditawarkan

Setelah mengobservasi pesaing, pengusaha bisa mencoba secara langsung produk barang atau jasa yang ditawarkan oleh pesaing serta pelayanan yang diberikan terhadap para pelanggan.

Berkat Jaya Oli bukanlah toko retail oli yang pertama hadir di Indonesia atau di Tambun Utara. Jauh sebelum kami, sudah ada toko oli lain mulai fasilitas, kualitas, sampai keunggulan mereka masing-masing. Namun kami memiliki toko retail oli yang berbeda dengan pesaing yang berada di sekitar kami. Berdasarkan hasil pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung, ditetapkan beberapa pesaing produk potensial yang menawarkan produk yang sejenis dengan Berkat Jaya Oli. Berikut ini merupakan pesaing-pesaing dari Berkat Jaya Oli yang menawarkan produk serupa:

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. 1
Analisis Pesaing Berkat Jaya Oli

PESAIN	KELEBIHAN	KELEMAHAN
Dharma Jaya 1 Motor	<ol style="list-style-type: none"> Lokasi tempat penjualan berada di kios tepat di pinggir jalan sehingga mudah untuk ditemui. Variasi produk aksesoris motor lengkap. Tempat yang bersih dan nyaman. 	<ol style="list-style-type: none"> Pembayaran hanya bisa uang tunai. Harga yang terlalu tinggi. Jenis oli motor yang ditawarkan sedikit.
Depo Oli	<ol style="list-style-type: none"> Kualitas pelayanan yang baik. Lebih menguasai penjualan secara <i>online</i>. 	<ol style="list-style-type: none"> Lokasi yang kurang mendukung karena jauh dari pusat kota. Variasi produk yang sedikit.

Sumber: Berkat Jaya Oli

3.3. Analisis PESTEL (Political, Economic, Social, Technology, Environment, Legal)

Analisis PESTEL (*Political, Economic, Social, Technology, Environment, Legal*) adalah analisis eksternal perusahaan, yang dapat menjadi peluang untuk membantu perkembangan perusahaan dapat berkembang dan juga dapat menjadi ancaman bagi kelancaran bisnis yang akan di jalankan. Karena dengan bantuan analisis PESTEL, perusahaan dapat mengetahui semua risiko dan juga potensi bisnis dalam kaitan lingkungan eksternal.

Berikut hasil analisis PESTEL terhadap usaha Berkat Jaya Oli yang dilakukan oleh saya:

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin 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.



a. Politik (*Politic*)

Ⓒ Faktor politik merupakan salah satu faktor eksternal dalam berjalannya ekosistem bisnis. Faktor politik tersebut seringkali berkaitan dengan undang-undang yang berlaku, kebijakan pemerintah, serta aturan formal dan informal yang ada di lingkungan tempat pelaku usaha menjalankan usahanya. Peraturan dan kebijakan pemerintah mengenai lingkungan memiliki dampak yang signifikan terhadap cara perusahaan beroperasi.

Kondisi politik di Indonesia memberikan kemudahan bagi para pengusaha UMKM dalam mengurus perizinan usaha mereka, yang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja karena kemajuan teknologi saat ini. Sehingga untuk perizinan pembukaan usaha baru UMKM dalam industri oli motor mendapatkan kemudahan selama berjalan dan mengikuti aturan dan kebijakan yang berlaku dalam lingkungan tersebut. Dengan adanya kemudahan dalam membuka usaha ini, dapat menjadi peluang bagi Berkat Jaya Oli untuk mendirikan perusahaan.

b. Ekonomi (*Economic*)

Faktor ekonomi sangat berpengaruh dengan bagaimana bisnis beroperasi dan menjalankan keputusan. Beberapa faktor yang mempengaruhi hal tersebut ialah pertumbuhan ekonomi, tingkat suku bunga dan tingkat inflasi.

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. 2
Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2016-2022



Sumber: <https://setkab.go.id/ekonomi-indonesia-tahun-2022-capai-531-persen/>

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), perekonomian Indonesia berhasil mengalami pertumbuhan yang bertahap selama 3 tahun terakhir yaitu sebesar 5,31 persen di tahun 2022, dibanding tahun 2020 yang hanya -2,07 persen karena dampak dari efek pandemi *COVID-19* lalu pada tahun 2021 terjadi peningkatan sebesar 3,70 persen. Pertumbuhan ekonomi yang terus menunjukkan peningkatan setelah pandemi *COVID-19* berdampak positif bagi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa roda ekonomi Indonesia mulai mengarah ke keadaan normal seperti sebelum terjadinya *COVID-19*. Maka dapat disimpulkan pertumbuhan ekonomi yang baik secara tidak langsung dapat meningkatkan daya beli masyarakat yang menjadi peluang bagi Berkat Jaya Oli.

c. Sosial (*Social*)

Faktor sosial sangat mempengaruhi dunia bisnis, karena sangat berpegang erat dengan perilaku dan gaya hidup konsumen dalam kehidupan yang dinamis ini. Perilaku konsumen sangat mempengaruhi pola sikap, pola pikir, pola perilaku dari masing-masing individu dalam berbagai situasi maupun kondisi. Faktor sosial utama

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



dalam kehidupan sehari-hari setiap individu berupa gaya hidup dan *trend* yang selalu berubah dan berinovasi seiring berjalannya waktu hari ke hari.

Dari aspek lingkungan sosial, setiap masyarakat yang memiliki kesibukan aktivitas setiap harinya sangat membutuhkan akomodasi transportasi karena dengan adanya transportasi sangat memudahkan masyarakat dalam mencapai kebutuhannya. Bagi kebanyakan karyawan, sepeda motor menjadi pilihan utama transportasi karena dinilai lebih cepat dalam mencapai tempat tujuan di kondisi Jakarta yang sering macet di arteri jalan utama. Selain itu, komunitas sepeda motor juga menjadi salah satu gaya hidup masyarakat saat membutuhkan hiburan atau *refreshing* dari kesibukannya pada hari kerja. Hal ini dapat menjadi peluang bagi Berkat Jaya Oli yang lebih mengedepankan kualitas dan *value* kepada konsumen.

d. Teknologi (*Technology*)

Dalam era globalisasi sekarang, teknologi menjadi hal yang tidak bisa dilepaskan dari perkembangan bisnis. Dengan memanfaatkan teknologi yang sudah ada sekarang, dapat membuat kegiatan operasi bisnis menjadi lebih efektif dan efisien. Pemasaran Berkat Jaya Oli menggunakan media online seperti *Facebook*, *Tiktok*, *Instagram*, dan *WhatsApp* untuk menjadi media promosi dan komunikasi karena memiliki biaya yang lebih murah dan dapat memudahkan peningkatan penjualan, selain itu menjangkau pelanggan lebih banyak.

e. Lingkungan (*Environment*)

Faktor lingkungan sangat menentukan apakah bisnis dapat berjalan lancar atau tidak, oleh karena itu, lokasi bisnis yang strategis harus ditentukan dan berdampak positif untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis. Jika terletak di lokasi yang strategis dengan mobilitas masyarakat yang tinggi, tentunya akan memberikan nilai tambah bagi perkembangan bisnis. Misalnya menyediakan lahan

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.



parkir yang cukup untuk menampung banyak kendaraan tanpa mengganggu pengguna jalan lain, atau lahan bebas banjir juga harus menjadi pertimbangan pelaku bisnis.

Berkat Jaya Oli berdiri di kabupaten Bekasi, yang berada di pusat penduduk sehingga akses untuk menuju ke lokasi Berkat Jaya Oli mudah ditemukan dan akses menuju ke lokasi sangat baik sehingga memudahkan para pelanggan dalam mencapai Berkat Jaya Oli.

f. Hukum (*Legal*)

Faktor hukum adalah faktor yang harus diketahui oleh setiap pebisnis sebelum menjalankan usahanya. Faktor ini meliputi legalitas untuk mendirikan suatu usaha agar bisnis dapat berjalan dengan lancar. Legalitas yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha meliputi dokumen Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) pemilik usaha, dan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) adalah tanda legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha atau kegiatan tertentu dalam bentuk izin usaha mikro dan kecil dalam bentuk satu lembar. IUMK memiliki tujuan untuk memberikan kepastian hukum dan sarana pemberdayaan bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (PUMK) dalam mengembangkan usahanya. Beberapa persyaratan untuk bisa mendapatkan IUMK sebagai berikut: (depkop.go.id, 2017)

- 1) Surat pengantar RT atau RW atas lokasi usaha
- 2) Kartu Tanda Penduduk (KTP)
- 3) Kartu Keluarga (KK) 20
- 4) 2 (dua) lembar pas foto terbaru berwarna ukuran 4x6 cm

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.



- 5) Mengisi formulir yang memuat (nama, nomor KTP, nomor telepon, alamat, kegiatan usaha, sarana usaha yang digunakan dan jumlah modal usaha).

Beberapa dokumen penting yang dilampirkan di atas, menjadi persyaratan legalitas dalam memulai bisnis terutama UMKM, dan Berkat Jaya Oli telah membuat dan memiliki semua persyaratan dokumen tersebut untuk memulai usaha yang sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku di Indonesia, sehingga bisnis Berkat Jaya Oli kedepannya dapat berjalan lancar dan terus berkembang kedepannya.

Berdasarkan hasil analisis PESTEL di atas, faktor teknis dapat menjadi peluang yang signifikan bagi Berkat Jaya Oli. Dengan bantuan teknologi ini, Berkat Jaya Oli tidak hanya dapat mengandalkan penjualan offline, tetapi juga melakukan penjualan. Dengan adanya media sosial, hal ini tentunya menjadi hal yang hampir dimiliki oleh setiap orang saat ini. Di sisi lain, faktor yang dapat menjadi ancaman bagi Berkat Jaya Oli adalah faktor ekonomi. Faktor ekonomi setiap orang berbeda-beda dan hal ini juga dapat menjadi kendala bagi Blessing Jaya Oli yang menjual oli motor dengan harga yang sangat tinggi dibandingkan kompetitornya.

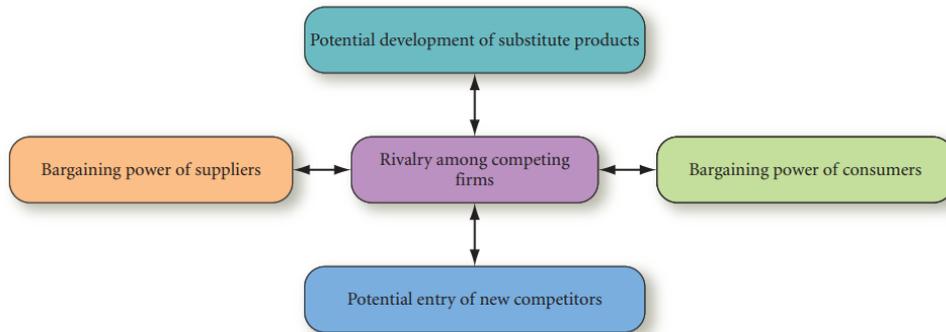
3.4. Analisis Pesaing (*Porter's Five Forces Business Model*)

Persaingan dalam kegiatan komersial sering terjadi, terutama dalam industri yang sama, dan tidak diragukan lagi produk yang ditawarkan akan serupa atau identik dengan produk yang ingin kita tawarkan. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis pesaing dan merumuskan strategi mengenai keberadaan pangsa pasar perusahaan agar perusahaan dapat terus beroperasi dan berkembang dengan lancar. Menurut David (2017:229) mendefinisikan model lima kekuatan Porter sebagai model analisis kompetitif yang biasa digunakan dalam pengembangan strategi untuk banyak industri. Selama analisis lingkungan bisnis yang sedang berlangsung, pemilik harus dapat mengidentifikasi lima



kekuatan yang menentukan daya tarik pasar dalam jangka panjang. Berikut ini adalah analisis model bisnis lima kekuatan Porter:

Gambar 3.3
Porter's Five Forces Model



Sumber: *David and David (2017:229), Strategic Management*

a. *Rivalry Among Competing Firms* (Persaingan antar perusahaan yang ada) – Tinggi

Baik di dalam maupun di luar negeri, jika memulai bisnis baru di mana saja, pelaku usaha pasti tidak akan bisa lepas dari adanya pesaing yang sama di industri yang sama. Saat memulai usaha, tekanan terbesar adalah menghadapi pesaing dan memenangkan persaingan dalam suatu industri. Setiap perusahaan yang bersaing harus memiliki kelebihannya masing-masing untuk menduduki posisi dominan di pasar jika ingin bertahan. Oleh karena itu diperlukan inovasi dan strategi untuk menciptakan dan mengembangkan keunikan serta merubah pasar produk yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga para pesaing harus mampu beradaptasi dengan resiko yang mungkin terjadi dalam usahanya. Hal ini disebabkan oleh tekanan pasar yang menjadi tempat yang dinamis dan kompetitif bagi para pelaku bisnis di bidang apapun.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Gambar 3.4
Pesaing di Industri Oli



Tingginya persaingan dalam industri ditandai dengan jumlah industri yang sejenis saling bersaing dalam lingkup area usaha. Persaingan Berkat Jaya Oli didalam bidangnya cukup tinggi, karena di dalam area sekitar Berkat Jaya Oli banyak juga terdiri beberapa toko oli lainnya. Namun Berkat Jaya Oli berusaha melakukan inovasi pelayanan yang lebih baik dengan memberikan pelayanan selama 12 jam untuk konsumen yang mau berkunjung, karena usaha tersebut berada langsung di rumah pemilik sehingga mudah untuk melayani pelanggan secara langsung.

b. *Potential Entry of New Competitors* (Ancaman Pendetang Baru) – Tinggi

Pemilik bisnis harus menganalisis ancaman pendatang baru sehingga dapat mengambil tindakan preventif terhadap perusahaan terhadap kemungkinan hal buruk yang dapat terjadi di masa mendatang, sehingga meminimalkan kemungkinan terburuk yang dapat terjadi, sehingga perlu adanya strategi untuk dapat melawan perusahaan pesaing.

Berkat Jaya Oli adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang penyedia oli motor yang bisa ditiru oleh banyak pihak karena perizinan yang mudah dan pendaftaran UMKM yang mudah sehingga ancaman pendatang baru cukup tinggi. Oleh karena itu, Berkat Jaya Oli berusaha mengantisipasi jika ada pendatang baru yang datang sebagai pesaing. Berkat Jaya Oli akan menciptakan perbedaan 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.



para pesaing dengan terus membangun hubungan bonding dengan para konsumen seperti memberikan pelayanan terbaik dan konsultasi di luar jam usaha. Sehingga bisa menimbulkan rasa kepercayaan lebih para konsumen terhadap Berkat Jaya Oli.

c. *Bargaining Power of Suppliers* (Kekuatan Tawar Menawar Pemasok) – Tinggi

Pemasok memainkan peran penting dalam kesuksesan bisnis pelaku usaha. Ada semakin banyak pemasok yang menawarkan produk untuk memenuhi kebutuhan bisnis. Pengaruh pemasok sangat besar karena jika ada perubahan harga atau masalah apapun terhadap pemasok maka secara langsung dapat menghambat bisnis. Untuk itu, diperlukan hubungan yang baik antara Berkat Jaya Oli dengan pemasok. Berkat Jaya Oli perlu mencari pemasok cadangan jika sewaktu-waktu pemasok yang sudah ada mengalami gangguan, Berkat Jaya Oli sudah siap menghadapi masalah tersebut.

d. *Bargaining Power of Consumers* (Kekuatan Tawar Menawar Pembeli) – Tinggi

Daya tawar dari para pelanggan akan meningkat apabila terdapat banyak jasa pengganti atau jasa sejenis yang lebih murah. Tidak hanya itu, apabila pelanggan membeli dalam jumlah banyak dan mengetahui seluruh informasi tentang produk yang dijual, juga akan meningkatkan daya tawar dari pelanggan, hal ini menjadi ancaman yang tinggi. Dalam mengatasi hal ini, Berkat Jaya Oli tetap mengedepankan pelayanan yang maksimal dan tetap menjaga harga yang baik bagi para pelanggan.

e. *Potential Development of Substitutes Products* (Ancaman Produk Substitusi) – Rendah

Dalam setiap bisnis pasti akan muncul produk pengganti, perusahaan harus bersaing tidak hanya dengan perusahaan yang menyediakan produk sejenis tetapi juga bersaing dengan produk-produk substitusi atau produk pengganti. Produk substitusi dapat menjadi ancaman yang besar apabila produk atau kegunaan yang ada

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.



tersedia bisa menjadi pilihan secara penuh bagi konsumen. Dalam bisnis Berkat Jaya Oli, produk substitusinya tidak ada karena kebutuhan oli untuk motor hanya bisa menggunakan oli motor. Maka dari itu ada ancaman produk substitusi masih sangat rendah karena hingga saat ini masih belum ada perusahaan yang menciptakan pengganti oli untuk kendaraan bermotor.

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

Menurut David (2017:236), "*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm's major competitors and its particular strengths and weaknesses 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 mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki. Berikut merupakan analisis CPM dari Berkat Jaya Oli yang dapat dilihat pada

Tabel 3.2

Tabel 3. 2
Competitive Profile Matrix

<i>Critical Success Factor</i>	Bobot	Berkat Jaya Oli		Dharma Jaya 1 Motor		Depo Oli	
		<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>
Harga	0,10	3	0,3	4	0,4	3	0,3
Jumlah Variasi Produk	0,067	2	0,134	4	0,268	4	0,268
Promosi Produk	0,033	1	0,033	3	0,099	4	0,132
Kualitas Produk	0,80	3	2,4	4	3,2	4	3,2
Total	1		3,164		3,967		3,9

Sumber: Data Kuisioner Berkat Jaya Oli

Data yang ada pada tabel tersebut merupakan CPM dari Berkat Jaya Oli dengan membandingkan pesaing potensialnya yang berada di Kabupaten Bekasi. Tabel Competitive Profile Matrix (CPM) diatas terdiri dari critical success factor, weight,

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI Kias (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.

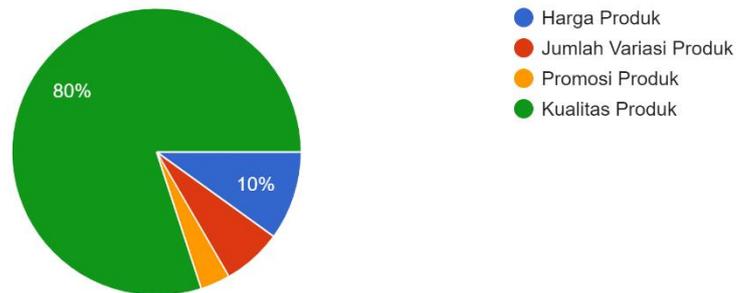
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

rating, dan score. Dimana critical success factor adalah kriteria faktor yang menunjang sukses atau tidaknya suatu bisnis. Weight adalah bobot dari masing-masing faktor sukses suatu bisnis, bobot ini harus total berjumlah satu. Nilai tertinggi bobot diartikan bahwa faktor tersebut lebih besar pengaruhnya daripada faktor yang lain. Rating ditunjukkan pada nilai 1 sampai 4. Dimana nilai 4 menunjukkan nilai yang paling baik dan 1 menunjukkan nilai yang paling buruk. Score adalah hasil perkalian dari bobot dikali dengan rating. Jumlah score yang paling besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut lebih unggul dibanding perusahaan pesaing.

Gambar 3.5
Bobot Pengaruh Pembelian Oli Motor

Menurut anda mana yang paling mempengaruhi anda dalam pembelian oli motor?
90 jawaban



Sumber: Berkat Jaya Oli

Kuisoner yang dilakukan Berkat Jaya Oli mendapatkan hasil responden yang di dapat berdasarkan jenis kelamin, untuk responden wanita lebih unggul dengan 53,1% sedangkan untuk pria 46,9%. Dengan rentang usia rata-rata 21-30 Tahun, sekitar 46,9% sekitar 75% orang menjawab kualitas produklah yang menjadi faktor utama dalam membeli oli motor untuk motor mereka.

Dari hasil analisis CPM di atas menunjukkan perbedaan dari faktor kunci yang ada di Berkat Jaya Oli dan para pesaingnya. Jumlah skor Berkat Jaya Oli belum unggul dari pesaingnya, tetapi hasil skor Berkat Jaya Oli dan Depo Oli tidak jauh berbeda dan bisa



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.



menjadi peluang untuk Berkat Jaya Oli agar lebih unggul di masa yang akan datang.

Berikut ini faktor yang mempengaruhi pembelian di Berkat Jaya Oli:

a. Harga Produk

Berdasarkan hasil kuisioner, faktor harga yang dimiliki Berkat Jaya Oli berada di posisi yang sama dengan pesaingnya. Hal ini menunjukkan Berkat Jaya Oli masih bisa bersaing dengan para perusahaan pesaing dalam menjalankan usahanya terutama Depo Oli yang hasil skornya sama yaitu 0,3.

b. Jumlah Variasi Produk

Dalam faktor variasi produk, Berkat Jaya Oli berada di posisi terakhir dalam analisis CPM tersebut. Hal tersebut karena masih ada dalam tahap awal pengembangan bisnis, Berkat Jaya Oli belum menyediakan variasi produk ketimbang pesaingnya.

c. Promosi Produk

Faktor promosi Berkat Jaya Oli menunjukkan hasil paling rendah dari para pesaingnya dimana Berkat Jaya Oli memiliki skor sebesar 0,033, hal ini menunjukkan bahwa promosi Berkat Jaya Oli belum baik. Maka dari itu, Berkat Jaya Oli akan melakukan promosi yang lebih baik.

d. Kualitas Produk

Faktor Kualitas produk Berkat Jaya Oli mempunyai hasil skor yang berada di bawah kedua pesaingnya yang menandakan dalam segi persaingan Berkat Jaya Oli yang baru dibuka bisa melawan kedua pesaingnya, dengan perolehan skor yang sama yaitu 2,4.



3.6. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analisis)

Menurut Philip Kotler and Gray Armstrong (2020:53), “*An overall evaluation of the company’s strenghts(S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T).*” Artinya analisis yang dilakukan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada dalam sebuah perusahaan.

Tujuan dari sebuah perusahaan melakukan analisis menggunakan analisis SWOT yaitu agar bisa memberikan sebuah gambaran situasi dan kondisi yang sedang dihadapi oleh perusahaan. Berikut ini adalah penjelasan dari komponen-komponen analisis SWOT:

- a. *Strengths* (S) adalah kondisi yang menggambarkan kekuatan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Menganalisis kekuatan yang diperlukan untuk membandingkan perusahaan menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh pesaing. Jika kekuatan perusahaan tertera mencapai kemajuan dalam kualitasnya, maka keunggulan itu bisa dimanfaatkan untuk mengisi bagian pasar yang berkeinginan untuk meningkatkan kualitas yang lebih baik.
- b. *Weakness* (W) adalah kondisi yang menggambarkan kelemahan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Kelemahan yang ada bisa menjadi hambatan yang serius dalam perkembangan suatu perusahaan. Jika perusahaan tersebut memiliki kendala pemasaran yang kurang baik, maka perusahaan perlu meneliti kekurangan-kekurangan yang dimiliki dalam bidang pemasaran.
- c. *Opportunities* (O) adalah gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu perusahaan dan gambar tersebut dapat memberikan peluang untuk berkembangnya suatu perusahaan di masa depan. Peluang atau kesempatan ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membantu mencapai visi, misi, dan tujuan dalam jangka panjang.

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



d. *Threats* (T) adalah gambaran ancaman dari suatu perusahaan dalam menjalankan suatu usaha. Dengan mengulas ancaman, perusahaan bisa menemui berbagai jenis faktor lingkungan yang tidak menguntungkan yang bisa memicu kemunduran suatu perusahaan. Metode analisis ini sangat bermanfaat untuk mengetahui suatu masalah bersumber dari empat sudut yang berbeda. Hasil dari analisis ini biasanya berupa arahan ataupun petunjuk untuk menjaga kekuatan dan untuk memperbesar keuntungan suatu perusahaan. Selain itu ketentuan ini juga bermanfaat bagi para pebisnis untuk melihat aspek-aspek yang terabaikan atau tidak terlihat berasal dari sebuah perusahaan. Berikut adalah analisis SWOT dari Berkat Jaya Oli:

Tabel 3. 3
Analisis SWOT Berkat Jaya Oli

STRENGTHS (KEKUATAN)	WEAKNESSES (KELEMAHAN)
1. Menyediakan Oli Motor berkualitas 2. Harga yang dijual terjangkau	1. Promosi yang kurang memadai 2. Tidak menyediakan aksesoris motor seperti pesaing
OPPORTUNITIES (PELUANG)	THREATS (ANCAMAN)
1. Peredaran Sepeda Motor <i>matic</i> yang sangat tinggi di Indonesia. 2. Makin banyaknya pengendara ojek online dan komunitas pecinta motor di Indonesia.	1. Besarnya potensi pesaing atau <i>competitor</i> baru di dalam industri ini. 2. Penetapan harga yang tinggi dari pemasok.

Sumber: Berkat Jaya Oli

Menurut David dan David (2017:251), matriks SWOT adalah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi:

- Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.
- Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
- Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal.

d. Strategi WT merupakan taktik defensif yang diterapkan untuk mengurangi kelemahan

internal dan menghindari ancaman eksternal.

Dari analisis SWOT yang telah dijelaskan, strategi berikut dapat dirumuskan:

Tabel 3. 4
Analisis SWOT Matrix Berkat Jaya Oli

Internal	Strengths (S)	Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan Oli Motor berkualitas 2. Harga yang dijual terjangkau. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi yang kurang memadai 2. Tidak menyediakan aksesoris motor seperti pesaing
Eksternal	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Peredaran Sepeda Motor <i>matic</i> yang sangat tinggi di Indonesia. 2. Makin banyaknya pengendara ojek online dan komunitas pecinta motor di Indonesia. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan oli motor yang berkualitas tinggi agar para pelanggan semakin banyak. (S1,O1) 2. Melakukan promosi dengan iklan yang menarik. (S1, S2, O2) 3. Memberikan promo khusus pengendara ojek online (S1,S2,O2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberi promo penjualan yang menarik kepada pelanggan dengan potensi pembeli yang tinggi. (W1, O1,O2)
Threat (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Besarnya potensi pesaing atau competitor baru di dalam industri ini. 2. Penetapan harga yang tinggi dari pemasok. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Memberikan oli dengan kualitas tinggi dan pelayanan terbaik dibanding para pesaing. (S1, S2,T2) 2) Menyajikan konten-konten menarik di media sosial untuk menjangkau lebih banyak orang di luar Bekasi. (S1,S2,T1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Menambah variasi aksesoris motor yang disediakan agar kedepannya tidak hanya berpatok pada oli motor saja. (W1, W2,T1)

Sumber: Berkat Jaya Oli

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 Kwik Kian Gie
 SCHOOL OF BUSINESS
 1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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.