

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Dalam memulai suatu usaha diperlukan analisis untuk mengetahui tren yang ada di masyarakat, ancaman atau hambatan yang akan terjadi di masa yang akan datang, dan strategi yang digunakan untuk menghadapinya. Analisis industri dan persaingan membantu perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan perubahan dan kemudian membentuk kekuatan untuk menghadapi persaingan yang ada. Hal ini memungkinkan bisnis yang dijalankan untuk fokus pada tren yang sedang terjadi sehingga dapat sesuai dengan bisnis yang sedang direncanakan.

Analisis industri adalah alat penilaian pasar yang digunakan oleh bisnis dan perusahaan untuk memahami dan menganalisis tingkat persaingan dalam industri tertentu (Belajar Ekonomi, 2021). Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam menganalisis industri yaitu, kebutuhan industri, persaingan, dan segmentasi pasar. Pengusaha harus memperhatikan kebutuhan pasar, memahami kondisi pasar saat ini, dan melacak perubahan yang terjadi. Semua ini adalah hal yang sangat penting untuk menentukan apakah bisnis yang didirikan adalah bisnis potensial atau sebaliknya.

Oleh karena itu, seorang pendiri bisnis harus melakukan analisis industri dan pesaing terhadap area bisnis yang akan dibangunnya untuk mengidentifikasi dan meminimalkan segala kemungkinan yang akan terjadi di masa depan. Analisis industri dan pesaing Custom akan dibahas pada bab ini.





3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

© Dalam dunia usaha atau bisnis, para pendiri harus mampu menganalisis tren dan pertumbuhan industri terkait untuk menentukan kelangsungan hidup bisnis yang dijalankannya. PhyCustom adalah bisnis modifikasi yang bergerak di bidang industri otomotif dan rekayasa.

Pada tahun 2022 ini, dunia modifikasi kembali mengalami pertumbuhan. Hal ini dapat dilihat dari bermunculannya komunitas pecinta kendaraan modifikasi di Indonesia. Salah satu event besarnya industri otomotif, yaitu IMX (Indonesia Modification dan Lifestyle Expo) dilaksanakan secara offline setelah dua tahun sebelumnya diadakan secara virtual dikarenakan pandemi. Acara tersebut dihadiri dan diikuti oleh para influencer dan juga YouTuber, di acara tersebut terpampang hasil modifikasi mobil-mobil milik mereka, selain itu acara ini juga diikuti oleh para pecinta kendaraan modifikasi (tempo.co, 2022).

Fungsi kendaraan bukan lagi hanya menjadi mode angkutan, tetapi berubah menjadi simbol gaya hidup yang terus berkembang dilingkungan masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa penganut gaya hidup tertentu mengandalkan ikon dan jargon tertentu untuk mengidentifikasi diri dan komunitasnya. Karena itu, untuk mengimbangi biaya kepuasan (kebahagiaan) kendaraan, mereka akan mengeluarkan uang yang gila-gilaan - bahkan biaya modifikasi seringkali melebihi harga kendaraan itu sendiri (YPTD, 2021).

Pasar modifikasi industri otomotif sangat menjanjikan untuk berinvestasi di dalamnya. Seperti yang dimuat dalam Kementerian Perindustrian Republik Indonesia bahwa industri otomotif merupakan salah satu industri unggulan yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Industri

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.



tersebut memberikan kontribusi nilai investasi sebesar Rp 99,16 triliun dengan total kapasitas produksi 2,35 juta unit per tahun dan menyerap 38,39 juta tenaga kerja langsung. Berdasarkan faktanya, industri otomotif berdampak luas pada lebih dari 1,5 juta orang dalam rantai nilai industri tersebut. Selain itu, industri otomotif dinilai memiliki peran strategis yang penting sehingga masuk dalam roadmap “Membangun Indonesia 4.0” yang diprioritaskan dalam implementasi Industri 4.0 (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, n.d.). Oleh karena itu bisnis dalam bidang otomotif ini memiliki peluang yang menggiurkan untuk dijalankan dalam waktu yang panjang, dan penulis memiliki kepercayaan bahwa bisnis pada bidang otomotif ini akan semakin meningkat di tahun-tahun mendatang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.2 Analisis Pesaing

Dalam menjalankan suatu usaha atau bisnis tentunya ada pesaing bisnis. Bersaing dengan pesaing tentu akan membantu para pebisnis untuk membuat bisnisnya menjadi lebih baik dari para pesaingnya, dengan mempertimbangkan dan mengevaluasinya dalam segala aspek. Persaingan adalah keniscayaan dalam bisnis. Persaingan antar perusahaan terjadi ketika masing-masing perusahaan bersaing satu sama lain untuk strategi yang efisien untuk mendapatkan atau bahkan menguasai pangsa pasarnya. Perusahaan membutuhkan informasi mengenai data perusahaan pesaing agar dapat merencanakan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk bersaing secara efektif. Selain itu, perlu membandingkan produk, harga, saluran distribusi, dan promosi perusahaan dengan pesaing terdekatnya. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memahami kekuatan dan kelemahan kompetitifnya.

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Persaingan terbagi menjadi empat (majoo, 2022), yaitu:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1) Persaingan Generik

Persaingan generik dikenal sebagai persaingan pasar sasaran. Persaingan ini terjadi karena membidik konsumen yang sama.

2) Persaingan Bentuk

Bentuk persaingan ini terjadi karena satu perusahaan memproduksi produk yang hampir mirip dengan perusahaan lain sehingga terjadi persaingan antara kedua produk tersebut.

3) Persaingan Industri

Persaingan jenis ini terjadi ketika satu perusahaan memproduksi produk atau kategori produk yang sama, misalnya antar produsen minuman kemasan.

4) Persaingan Merek

Persaingan merek jenis ini terjadi ketika suatu perusahaan bersaing dengan perusahaan lain yang memiliki produk serupa dengan harga yang relatif sama.

Pesaing terkadang dianggap sebagai musuh yang harus disingkirkan, karena itu, banyak perusahaan yang rela melakukan apa saja untuk menyingkirkan pesaing mereka. Padahal, keberadaan kompetitor ini bukan hanya ancaman, tetapi juga semacam motivasi atau dorongan agar usaha kita bisa lebih berinovasi dan terus berkembang ke arah yang lebih baik. Seperti yang dimuat dalam buku “Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi”, analisis pesaing akan membantu untuk memutuskan dimana harus bersaing dan bagaimana cara menghadapi persaingan di pasar (Marissa Grace Haque-Fawzi, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, 2022). Dengan menghadirkan karakteristik pesaing dari

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.



kandungan sasaran, strategi, kekuatan, dan kelemahannya, dapat memberikan masukan bagi langkah bisnis yang dilakukan oleh para pengusaha.

Di bawah ini merupakan pesaing yang dimiliki oleh PhyCustom dikarenakan berada di dalam bidang industri yang sama, berlokasi di Bekasi, dan memiliki rating yang tinggi dalam pencarian melalui Google, yaitu:

a. D Garage Custom Bekasi

Jenis Produk : Jasa Custom Modifikasi
Alamat Kantor : Ruko D Smart Blok G 17 Perumahan Duta Harapan
Rt. 012/014 Harapan Baru Kec. Bekasi Utara, Kota Bekasi,
Jawa Barat 17123
Tahun pendirian : 2017
Telepon : 081586243438
Social Media : dgaragecustom

b. AKA Garage Custom Bekasi

Jenis Produk : Jasa Custom Modifikasi
Alamat Kantor : Jl. Raya Rw. Bugel Rt. 001/003, Marga Mulya Kec. Bekasi
Utara, Kota Bekasi, Jawa Barat 17124
Tahun pendirian : 2018
Telepon : 087888845552
Social Media : akagarage.id

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Berikut ini merupakan Tabel penyajian keunggulan dan kelemahan pesaing dari

PhyCustom yang dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1
Analisis Pesaing

PESAIN	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Garage Custom Bekasi	1. Sudah menggapai pasar hingga ke luar pulau seperti Aceh, Kalimantan, Sulawesi Bali, Papua, dan hampir semua pulau di Indonesia.	1. Kurang aktif dalam menyebarkan konten di social media.
	2. Melayani berbagai aliran custom, mulai dari <i>Japstyle</i> , <i>Cafe Racer</i> , <i>Bratstyle</i> , <i>Scrambler</i> , <i>Tracker</i> , dan lain-lain. Serta melayani jasa custom helm retro.	2. Ruang tunggu yang belum cukup nyaman untuk pelanggan yang datang dan menunggu kendaraannya.
	3. Tenaga kerja yang ramah dalam melayani permintaan konsumen.	3. Kurang teliti dalam melakukan pengecekan diakhir sebelum produk sampai kembali ke tangan konsumen.
AKA Garage Custom Bekasi	1. Mekanik yang berpengalaman	1. Mekanisma pengaturan janji temu dengan client yang terkadang tidak sesuai dengan perjanjian di awal.
	2. Lokasi yang strategis dekat dengan Summarecon Mall Bekasi.	2. Harga relatif mahal.
	3. Menyediakan harga dalam dua paket, yaitu biaya custom exclude kendaraan dan biaya custom dengan include kendaraan (dicarikan kendaraannya).	

Sumber : Pengamatan Penulis, 2022.

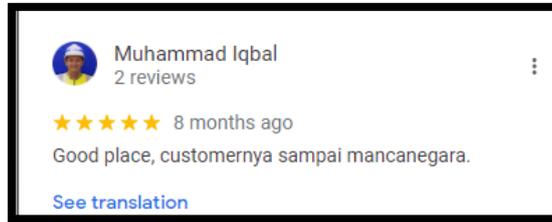
Penulis mengamati keunggulan dan kelemahan pesaing berdasarkan review para konsumen dari masing-masing perusahaan tersebut yang terdapat pada Google Reviews, (*Reviews Konsumen AKAGarage Custom Bekasi*, n.d.)(*Reviews Konsumen Dgarage Custom Bekasi*, n.d.), dan diperoleh sebagai berikut:



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.

Gambar 3. 1

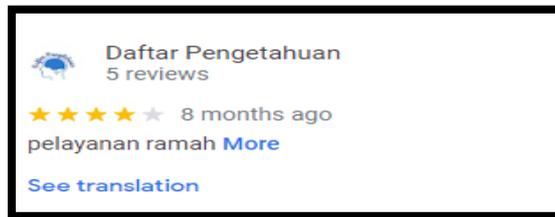
Review Positif Konsumen Dgarage Custom



Sumber : (Reviews Konsumen Dgarage Custom Bekasi, n.d.).

Gambar 3. 2

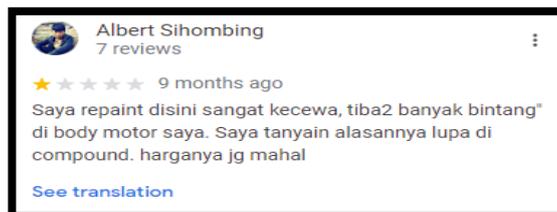
Review Positif Pelayanan Dgarage Custom



Sumber : (Reviews Konsumen Dgarage Custom Bekasi, n.d.).

Gambar 3. 3

Review Negatif Pelayanan Dgarage Custom



Sumber : (Reviews Konsumen Dgarage Custom Bekasi, n.d.).



Gambar 3. 4

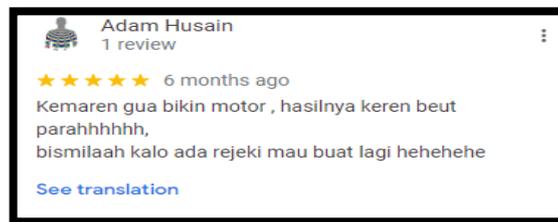
Review Negatif Hasil Modifikasi Dgarage Custom



Sumber : (Reviews Konsumen Dgarage Custom Bekasi, n.d.).

Gambar 3. 5

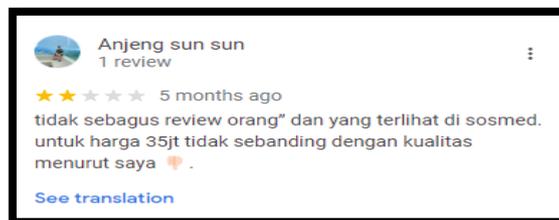
Review Positif Hasil Modifikasi AKAGarage Custom



Sumber : (Reviews Konsumen AKAGarage Custom Bekasi, n.d.)

Gambar 3. 6

Review Negatif Tarif AKAGarage Custom



Sumber : (Reviews Konsumen AKAGarage Custom Bekasi, n.d.).

Gambar 3. 7

Review Negatif Pelayanan AKAGarage Custom



Sumber : (Reviews Konsumen AKAGarage Custom Bekasi, n.d.).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



3.3 Analisis PESTEL (*Political, Economy, Social, Technology, Environment, dan Legal*)

Legal

Analisis PESTEL adalah analisis untuk mengetahui semua risiko yang terkait dengan pertumbuhan dan penurunan bisnis, serta status, potensi, dan arah strategis bisnis yang dijalankan. Analisis ini juga membantu untuk memahami gambaran keseluruhan lingkungan dan peluang serta ancaman yang mengelilinginya. Berbekal pemahaman ini, kita dapat menangkap peluang yang ada dan juga meminimalkan risiko terhadap bisnis atau perusahaan.

Analisis lingkungan bisnis eksternal meliputi analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Hukum dan Lingkungan), yaitu sebagai alat yang sangat berguna untuk memahami keseluruhan situasi lingkungan eksternal di mana perusahaan beroperasi, dan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman di sekitarnya. Hal ini berguna agar bisnis dapat memaksimalkan peluang yang ada dan meminimalkan risiko atau ancaman. Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap PhyCustom yang dilakukan oleh penulis:

Tabel 3. 2

Analisis PESTEL

No.	PESTEL	KETERANGAN			
1	Politik	Program Pemerintah	Peraturan Pemerintah	-	-
2	Ekonomi	Tingkat Pertumbuhan Jumlah Penduduk	Peningkatan Pendapatan Penduduk	Daya Beli Masyarakat	Product Domestic Bruto
3	Sosial	Kendaraan Merupakan Ciri Khas Pemiliknya	Era Digital	Komunitas Otomotif Modifikasi	
4	Teknologi	Software	Hardware	-	-
5	Lingkungan	Lokasi Usaha	Jam Kerja	Penanggulangan Limbah	-
6	Hukum	NIB (Nomor Induk Berusaha)	SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)	-	-

Sumber : PhyCustom, 2022.



a. **Politic (Politik)**

Dalam mendirikan sebuah usaha, politik tentu menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha atau *business owner*. Hal ini dikarenakan suatu usaha atau berdirinya suatu usaha dapat dipengaruhi oleh situasi politik atau kebijakan pemerintah di negara tempat usaha atau bisnis tersebut didirikan. Misalnya pemerintah mendorong peningkatan dan penguatan pengusaha dalam negeri, regulasi yang mengatur impor dan ekspor, dll. Hal seperti ini dapat secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi suatu usaha atau bisnis yang sudah mapan.

Pada tahun 2022 ini, khususnya Menteri Koordinator Bidang Perekonomian RI Airlangga Hartarto pada sambutannya di acara OLX Autos Indonesia Modification & Lifestyle Expo (OLX Autos IMX 2022) mengatakan bahwa modifikasi memiliki pasar di dalam dan luar negeri, serta industri ini juga mendorong pasar industri dalam negeri. Ada kekuatan *craftmanship* di dalamnya dikarenakan modifikator adalah tenaga ahli yang memiliki keahlian sendiri berupa *handskill* dan teknologi. Maka dari itu pemerintah memberikan dukungan terhadap industri otomotif ini khususnya di modifikasi kendaraan, (otomotif antara news, 2021).

Secara politik bisnis saya memanfaatkan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah, salah satu kebijakannya adalah dengan diterbitkannya PP Nomor 74 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 73 Tahun 2019 tentang PPnBM Kendaraan Bermotor yang didalamnya dilihat berdasarkan tingkat emisi karbon kendaraan bermotor. Pajak Penjualan atas Barang Mewah Ditanggung Pemerintah (PPnBM-DTP) adalah salah satu program pemulihan ekonomi nasional yang diberlakukan oleh pemerintah sejak

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



tahun 2021. Menurut Menko Airlangga yang terpenting adalah menyediakan kendaraan untuk target pasar berpenghasilan menengah, sehingga dapat meningkatkan tingkat utilisasi industri otomotif dan mendorong kemampuan masyarakat. Dengan adanya kebijakan tersebut, penjualan mobil selama Februari 2022 mengalami peningkatan sebesar 81,23 ribu unit atau naik sebesar 65,09% dibandingkan Februari 2021. Hal serupa juga didapati pada penjualan roda dua yang mencapai 5,1 juta unit untuk penjualan domestik dan 810 ribu untuk penjualan ekspor, (KOMINFO, 2022).

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pemerintah juga menaruh fokusnya dalam mengembangkan industri otomotif. Dengan adanya kebijakan ataupun program yang dikeluarkan oleh pemerintah akan membantu untuk mengembangkan sektor industri ini. Hal ini akan cukup baik untuk para pengusaha di bidang industri otomotif ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Economy (Ekonomi)

Faktor ekonomi adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi jalannya suatu usaha. Faktor ekonomi suatu usaha atau bisnis dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran, pertumbuhan ekonomi, inflasi, dan nilai tukar mata uang. Menurut data yang dikeluarkan oleh Kementerian Dalam Negeri tahun 2022, tercatat jumlah penduduk pada Semester I 2022 sejumlah 275.361.267 atau mengalami peningkatan sebesar 0,54% dibandingkan dengan Semester II Desember 2021 sebesar 273.361.271 jiwa, (Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil, 2022b). Dengan adanya peningkatan jumlah penduduk, diikuti pula dengan peningkatan pendapatan penduduk Indonesia. Seperti yang tercantum dalam data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), pendapatan penduduk Indonesia yang diukur menurut produk domestik bruto

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.



(PDB) per kapita mengalami pertumbuhan sebesar Rp 62,2 juta per tahun 2021 dibandingkan pada tahun 2020 sebesar Rp 57,3 juta per tahun.

Adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan penduduk akan berpengaruh terhadap daya beli masyarakat. Industri pada sektor otomotif memiliki kontribusi besar bagi perekonomian nasional. Seperti yang dikemukakan oleh Agus Gumiwang Menteri Perindustrian, pada tahun 2022 ini produk kendaraan bermotor dalam negeri telah menembus pasar ekspor lebih dari 80 negara di dunia. Sepanjang 2020, ekspor kendaraan utuh mencapai 232.170 unit senilai Rp41,73 triliun. Menurut data Kementerian Perindustrian, sektor industri otomotif menyumbang nilai investasi sebesar Rp 99,16 Triliun mencapai 2,35 juta unit per tahun dan berhasil menyerap tenaga kerja langsung sebanyak 38,39 ribu orang, (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, n.d.). Dari sisi produksi terdapat kenaikan industri kendaraan bermotor sebesar 69,20% pada Oktober 2022 lalu, dibandingkan dengan selama pandemi yang hanya mencapai 40%. Industri non migas yang di dalamnya terdapat industri otomotif mampu tumbuh 4,88% dengan kontribusi sebesar 16,10% terhadap PDB, (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia, 2022).

Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa industri otomotif telah mengalami perkembangan dalam segi ekonomi, didukung oleh pendapatan masyarakat yang menguat, pertumbuhan ekonomi, dan daya beli masyarakat sehingga kedepannya industri otomotif dapat bertumbuh dengan baik. Hal tersebutlah yang menjadikannya peluang bisnis yang menggiurkan untuk dijalankan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



c. Social (Sosial)

Lingkungan sosial merupakan perkembangan yang merujuk kepada perkembangan dalam sikap, perilaku, dan nilai-nilai yang terjadi di masyarakat secara menyeluruh, (cerdasco, 2022). Masyarakat dalam membeli kendaraan bukan lagi sekedar kebutuhan, melainkan telah berevolusi menjadi gaya hidup. Modifikasi kendaraan dilakukan untuk merubah atau membuat kondisinya suatu kendaraan berbedara dari yang lain. Biasanya pemilik kendaraan melakukan modifikasi untuk mencerminkan bahwa kendaraan tersebut adalah miliknya atau bisa dibilang ingin menciptakan ciri khas pada kendaraan yang dimilikinya.

Di masa peralihan Covid-19 ini, banyak kembali bermunculan komunitas modifikasi kendaraan, salah satunya adalah Indonesia Automodified atau IAM yang berkolaborasi dengan Blackstone Otomotif atau BOS mengadakan event pembuka dengan menghadirkan para modifikator legendaris dengan karya-karya terbaiknya, (kompas.com, 2022c). Dengan adanya event modifikasi kendaraan seperti ini akan menarik minat konsumen untuk masuk ke dalam dunia otomotif modifikasi. Hal yang dapat menarik minat konsumen untuk memodifikasi kendaraannya adalah hasil modifikasi yang berkualitas, variasi modifikasi, dan biaya yang terjangkau.

Maka dari itu PhyCustom akan selalu mengikuti perkembangan zaman dan juga perilaku konsumen agar tidak tertinggal dengan tren yang ada di pasar maupun pesaing dalam bidang sejenis, serta menyesuaikannya dengan gaya hidup masyarakat di Indonesia.

© 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.



d. *Technology* (Teknologi)

Perkembangan teknologi informasi saat ini bukan lagi sesuatu yang terbatas atau eksklusif bagi kalangan pekerja menengah ke atas. Bahkan usaha kecil pun bisa mendapatkan keuntungan dari teknologi informasi melalui berbagai perangkat. Dampaknya yang sangat besar membuat teknologi informasi tidak dapat dipisahkan dari dunia bisnis dan industri.

Teknologi informasi mencakup semua media, alat, sistem, dan perangkat yang membantu manusia mengirimkan dan memperoleh informasi. Hal ini semakin penting di era Digital 4.0, dimana hampir semua aktivitas bisnis bergantung pada teknologi dan media seperti internet, media sosial, perangkat seperti handphone dan laptop. Layanan seperti pengembang produk TI juga menjadi lebih penting. Teknologi informasi membawa berbagai manfaat khusus bagi para pelaku industri atau kegiatan di berbagai bidang, (medium.com, 2021).

Dengan adanya perkembangan tersebut dapat mempermudah pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, misalnya dalam hal merancang desain modifikasi dapat dilakukan di Canva ataupun Adobe Photoshop. Dalam membuat konten sudah banyak tersedia kamera dengan spesifikasi yang unggul di kelasnya. Selain itu untuk bagian pengecatan juga sudah terdapat air brush yang dapat menjangkau celah terkecil dari bagian kendaraan.

Bisnis yang penulis kembangkan akan selalu mengikuti perkembangan teknologi terbaru yang bertujuan untuk memajukan PhyCustom. Sehingga bisnis yang dijalankan akan relevan dengan perkembangan yang ada dan diproyeksikan dapat bertahan dalam waktu yang lama. Selain itu, PhyCustom akan memaksimalkan sosial media yang dimiliki untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



e. **Environment (Lingkungan)**

Faktor lingkungan meliputi semua hal yang mempengaruhi kelestarian lingkungan dan keterkaitannya dengan usaha yang akan dijalankan. Dalam usaha bengkel modifikasi ini, faktor lingkungan merupakan salah satu hal yang sangat penting. Karena, bagaimana pun juga bengkel modifikasi ini berdiri di antara rumah warga di daerah Bekasi, sehingga jam operasional pun harus diperhatikan agar tidak mengganggu kenyamanan warga sekitar.

Bengkel modifikasi PhyCustom terletak di lokasi yang mudah dijangkau apabila ada konsumen yang ingin datang untuk berkonsultasi secara langsung tentang desain modifikasi, selain itu kami juga menyediakan konsultasi secara online untuk menghemat waktu yang dimiliki konsumen. Tersedia parkir luas yang mampu menampung kurang lebih 4 mobil. Dalam beroperasi sehari-hari PhyCustom akan selalu memperhatikan kebersihan sekitar bengkel dan menerapkan pelarangan aktivitas bengkel atau pekerjaan yang menimbulkan kebisingan di atas jam 9 malam.

PhyCustom akan selalu berusaha untuk melestarikan kebersihan lingkungan, untuk limbah cat, apabila langsung dibuang ke dalam selokan air akan mengakibatkan tersumbatnya aliran air. Maka dari itu, PhyCustom mempunyai ruang tersendiri khusus untuk bagian pengecatan, yang dimana ruangan tersebut penuh dilapisi dengan kertas, sehingga cat yang terpakai akan menempel di kertas, sehingga limbah cat tersebut akan mengering di atas kertas dan berubah menjadi limbah padat, Lalu kami juga akan menata ruang tunggu konsumen dengan memperhatikan tingkat kenyamanannya, hal tersebut akan menambah rasa kenyamanan dan kepercayaan konsumen terhadap usaha kita.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



f. Legal (Legalitas/Hukum)

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

Saat menjalankan bisnis kita juga harus memperhatikan hukum yang berlaku. Bisnis tanpa izin ataupun lisensi tidak dapat beroperasi, dan apabila dipaksakan akan membahayakan bisnis karena sulit mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Oleh karena itu, izin usaha, NIB (Nomor Induk Berusaha) dan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) pemilik usaha serta sertifikat harus dimiliki oleh PhyCustom, agar bisnis dapat berjalan dengan lancar, sekaligus tidak lupa untuk mendaftarkan hak cipta merek agar tidak menjadi masalah hukum di masa depan. Penulis mengasumsikan mendaftarkan merek ke dalam 2 (dua) kelas, yaitu penyempurnaan otomotif dan industry otomotif. Selain itu, PhyCustom akan mematuhi undang-undang dan berbagai peraturan yang ada di daerah pendirian usaha.

Berikut adalah biaya yang dikeluarkan oleh PhyCustom dalam mematenkan mereknya , yaitu:

Tabel 3. 3

Biaya Hak Paten Merek PhyCustom

No	Jenis	Keterangan	Harga	Total
1	Hak Paten	2	Rp 500.000	Rp 1.000.000

Sumber : <https://dgip.go.id/menu-utama/merek/biaya>.

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

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2017:229), “*Porter Five Forces Business Model* adalah pendekatan yang digunakan secara meluas untuk mengembangkan strategi di banyak industri antar persaingan perusahaan yang bervariasi”.

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.

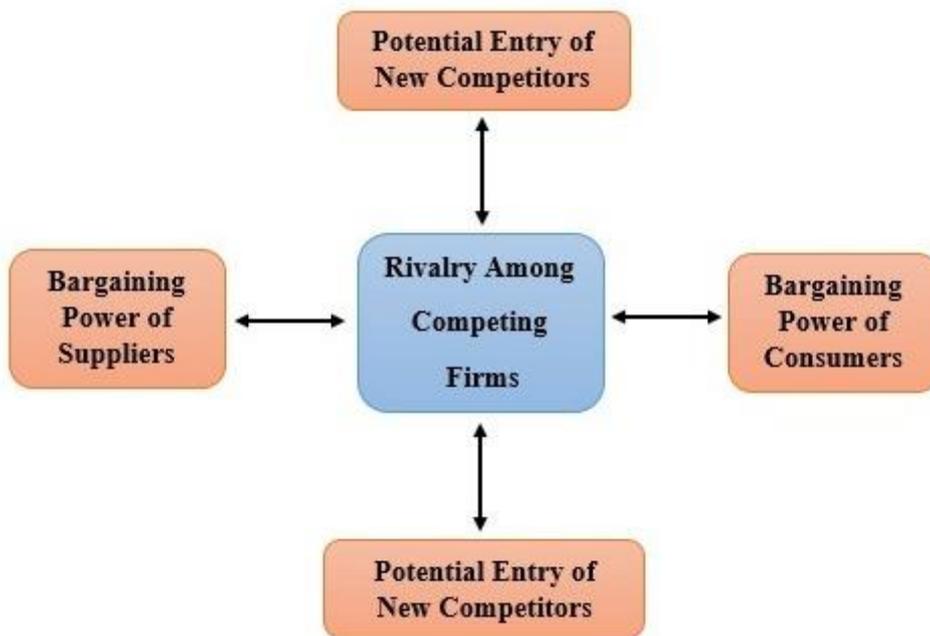
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Bagian penting dari audit eksternal adalah mengidentifikasi perusahaan saingan dan menentukan kekuatan mereka, kelemahan, kapabilitas, peluang, ancaman, tujuan, serta strategi yang akan digunakan dalam persaingan. Mengumpulkan dan mengevaluasi informasi tentang pesaing sangat penting untuk merumuskan suatu strategi yang sukses. Banyak perusahaan multi divisi tidak menyediakan penjualan dan informasi laba atau dasar divisi untuk alasan kompetitif, (David & David, 2017).

Gambar 3. 8

Porter Five Forces Model



Sumber : (David & David, 2017).

Dalam analisis *Porter Five Forces Model* Gambar 3.8 di atas terdapat lima bagian, yaitu persaingan dalam usaha sejenis, potensi pengembangan dari produk pengganti, daya tawar konsumen, potensi masuknya persaingan baru, dan daya tawar pemasok. Berikut merupakan analisis *Porter Five Forces Business Model* dari PhyCustom:



a. Persaingan Antar Perusahaan

Semua perusahaan tentunya akan saling berlomba-lomba untuk membuat perusahaannya semakin lebih baik lagi dengan menciptakan inovasi produk ataupun mengembangkan suatu strategi baru. Maka dari itu suatu perusahaan harus selalu melakukan pembaharuan dan pengembangan terhadap produknya, terutama terhadap perkembangan teknologi yang berpengaruh terhadap pasar. Apabila perusahaan telat atau tidak mengikuti perkembangan tersebut maka bisnis yang kita jalankan lama kelamaan akan menghilang dan kandas hingga dilupakan oleh pasar.

Industri otomotif modifikasi merupakan industri dengan tingkat persaingan yang rendah, dikarenakan untuk menekuni bisnis ini dibutuhkan keahlian khusus dan tingkat kreativitas yang tinggi. PhyCustom dalam menjalankan bisnisnya di industri otomotif dan kreatif ini akan bersaing dengan para bengkel modifikasi terdahulu yang telah leih lama mendirikan bengkel modifikasinya. Dalam hal ini penulis memilih D Garage Custom Bekasi dan AKA Custom Bekasi dikarenakan memiliki penilaian yang tinggi di dalam pencarian bengkel modifikasi di daerah Bekasi pada aplikasi Google Chrome.

D Garage sudah menjangkau pasar sampai ke luar pulau seperti Aceh, Kalimantan, Sulawesi, Bali, Papua, dan hamper semua pulau yang ada di Indonesia. Selain telah banyak menjangkau pasar, D Garage juga melayani berbagai aliran custom, mulai dari *Japstyle*, *Cafe Racer*, *Bratstyle*, *Scrambler*, hingga *Tracker*. Selain custom kendaraan, D Garage juga melayani custom helm aliran Retro. Selain kelebihan yang dijabarkan, D Garage Custom Bekasi juga memiliki kekurangan yaitu kurang aktif dan menarik dalam segi pengemasan dalam menyebarkan konten di sosial media yang dimilikinya, tempat tunggu

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



untuk konsumen yang masih dikatakan panas dan kekurangan tempat duduk yang nyaman, serta kurangnya ketelitian dalam pengecekan akhir sebuah produk sebelum sampai ke tangan konsumen, sehingga ada beberapa pekerjaan yang mendapatkan komentar negatif dari konsumennya. Sedangkan AKA Garage Custom Bekasi memiliki pekerja yang ahli pada bidangnya. Selain itu, lokasi usaha yang berada di letak yang strategis juga memudahkan para konsumennya untuk menemukan keberadaan AKA Garage Custom sendiri, lokasi yang tidak jauh dari Summarecon Mall Bekasi. Dan juga di AKA Garage ini, konsumen dapat memilih paket harga yang disediakan, yaitu paket harga dengan motor yang sudah ada dan paket harga dengan motor yang dicarikan oleh pihak bengkel tersebut. Selain kelebihan, AKA Garage Custom juga memiliki kekurangan yaitu mekanisme janji temu dengan client yang terkadang tidak sesuai dengan perjanjian di awal dan harga yang relative mahal yang dapat membuat para pelanggannya mencari bengkel modifikasi lain yang lebih terjangkau.

Berdasarkan pengamatan di atas, bahwa industri otomotif modifikasi adalah jenis usaha dengan tingkat persaingan yang rendah karena membutuhkan keahlian dan kreativitas yang tinggi, maka untuk masuk kedalam industri ini bisa dikatakan sulit. Maka dari itu, dengan tingkat kesulitan tersebut, dapat dikatakan bahwa ancaman pada industri otomotif modifikasi rendah. Walaupun tingkat ancamanya rendah, PhyCustom tetap harus memaksimalkan usahanya untuk membesarkan bengkel modifikasi hingga dikenal oleh pangsa pasar dan mampu bersaing di dalam pasar.

Oleh karena itu, setelah mengamati kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh D Garage Custom dan AKA Garage Custom, PhyCustom akan berusaha semaksimal mungkin dalam menghasilkan jasa desain di setiap

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



aliran modifikasi yang berkualitas dan terpercaya, dengan mengutamakan kepuasan konsumen dan tetap memperhatikan standarisasi kendaraan modifikasi layak berkendara. Serta memanfaatkan teknologi dan jaringan internet yang ada untuk memperluas penyebaran pemasarannya yang bertujuan untuk memperkenalkan nama PhyCustom di kalangan industri otomotif khususnya modifikasi kendaraan. Berdasarkan pernyataan di atas, jenis strategi yang akan diterapkan oleh PhyCustom adalah Strategi Agresif yang di dalamnya termasuk penetrasi, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Dengan melakukan promosi yang intensif dan besar-besaran untuk membangun citra merek PhyCustom.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Dengan adanya peluang bisnis di bidang otomotif modifikasi tentunya kedepannya semakin banyak pesaing baru yang akan hadir. Setiap kali perusahaan baru dapat dengan mudah memasuki industri tertentu, intensitas daya saing antar perusahaan meningkat. Dan apabila dalam suatu perusahaan sulit untuk dimasuki, maka tingkat ancaman yang ada pun akan rendah. Meskipun banyak hambatan untuk masuk ke dalam pasar, perusahaan baru selalu memiliki strateginya tersendiri misalnya dengan kualitas produk yang lebih tinggi, harga yang lebih rendah, dan sumber daya pemasaran yang substansial. Hal-hal inilah yang menyebabkan kemungkinan munculnya usaha sejenis di masa yang akan datang. Usaha pada sektor industri otomotif ini merupakan pasar yang dikenal memiliki pesaing dan masih memiliki pasar yang baik di masyarakat.

Oleh karena itu, strategi penulis dalam mendirikan PhyCustom ialah dengan membangun *brand image* sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal tersebut didapatkan dengan cara menjaga kepercayaan konsumen dengan cara

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.



menunjukkan desain dan hasil pengerjaan yang maksimal dan berkualitas, serta dapat memberikan harga special untuk modifikasi tertentu yang dikombinasikan dengan harga special pada waktu tertentu.

c. Ancaman Produk Pengganti

Dalam menghadapi persaingan pasar, perusahaan tidak hanya bersaing dengan produk sejenis, melainkan juga dengan produk pengganti. Produk substitusi dapat menjadi ancaman yang besar bagi suatu produk dikarenakan mampu menjadi produk alternatif dari sebuah produk yang sudah ada. Salah satu pemicu utama potensi munculnya produk substitusi adalah adanya perkembangan tren yang selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu. Tren yang sudah lama akan tergantikan oleh tren baru. Dalam bisnis modifikasi otomotif, pembeli cenderung membeli barang yang sudah jadi. Akan tetapi, yang menciptakan produk sejenis ini sudah banyak sekali tersebar di dalam pasar. PhyCustom hadir untuk membantu customer mendesain kendaraan sesuai keinginannya dan disesuaikan dengan *budget* yang dimilikinya.

Maka dari itu, untuk mengatasi munculnya produk substitusi tersebut, PhyCustom akan selalu melakukan inovasi-inovasi desain aliran modifikasi kendaraan sesuai tren yang terjadi di pasar. Hal ini bertujuan agar PhyCustom tidak tertinggal oleh perkembangan tren. Selain terus melakukan inovasi, PhyCustom juga akan memberikan value lebih kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas bahwa hasil modifikasi yang didapatkan sebanding dengan biaya yang dikeluarkannya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



d. Daya Tawar Pemasok

Dalam menjalankan sebuah bisnis atau usaha, pemasok merupakan suatu elemen yang sangat penting, karena jika tidak ada pemasok maka operasional bisnis tidak dapat dijalankan. Sebagai pebisnis, kita tidak boleh hanya memiliki satu pemasok saja, minimal lebih dari satu pemasok untuk dijadikan opsi apabila pemasok utama kehabisan stok. Semakin banyak pemasok yang menjual produk atau jasa sejenis, semakin besar kesempatan untuk menawar. Jika pemasok memainkan harga serta kualitas produk, maka akan berpengaruh secara tidak langsung terhadap kenaikan harga produk serta turunnya kualitas produk. Hal ini dapat menyebabkan turunnya permintaan serta minat konsumen terhadap produk perusahaan.

Sebagai seorang pebisnis, kita harus menjaga hubungan baik dengan pemasok agar jalannya transaksi menjadi lebih mudah, lancar, serta memprioritaskan perusahaan kita terlebih dahulu. Dalam menjalankan usahanya, Pemasok yang dipilih oleh PhyCustom mudah ditemukan, karena masih berada dalam lingkup daerah yang sama. PhyCustom memiliki banyak pemasok untuk memenuhi kebutuhan peralatan maupun perlengkapan yang menunjang jalannya usaha, yaitu:

1. Pemasok untuk alat tulis kantor (ATK):

Nama : Cahaya Fotocopy

Lokasi : Jakarta Utara

2. Pemasok spareparts atau aksesoris kendaraan:

Nama : Toko Aneka Teknik

Lokasi : Kota Bekasi

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



3. Pemasok cat kendaraan:

Nama : Toko Cat Karya Indah

Lokasi : Rawalumbu, Kota Bekasi

4. Pemasok cadangan:

a) Nama : Toko Terang Jaya Motor

Lokasi : Kota Bekasi

Menjual : Spareparts dan aksesoris kendaraan

b) Nama : Toko Cat Jaya Mandiri

Lokasi : Medan Satria, Kota Bekasi

Menjual : Cat kendaraan

e. **Daya Tawar Konsumen**

Daya tawar konsumen menjadi kekuatan penting yang mempengaruhi persaingan keuntungan di pasar. Konsumen akan sangat teliti dengan harga yang mereka terima dari pelaku usaha. Mereka akan memperhatikan apakah dana yang dikeluarkan sebanding dengan hasil modifikasi yang didapatkannya.

Peminat dalam modifikasi otomotif banyak berasal dari kalangan muda yang ingin menampilkan ciri khas pada kendaraan yang dimilikinya. Penulis mendirikan PhyCustom di daerah Bekasi yang strategis seringkali dilewati oleh anak-anak muda. Maka dari itu, PhyCustom sangat mengutamakan kualitas agar konsumen merasa puas telah mengeluarkan dananya untuk memodifikasi kendaraan di PhyCustom dan akan terus berinovasi melalui modifikasi desain dan meningkatkan kemampuan karyawannya agar mampu menghasilkan hasil yang maksimal.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



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

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

Competitive Profile Matrix atau CPM menurut Fred R. David dan Forest R. David (2017:236) adalah mengidentifikasi pesaing utama perusahaan, kekuatan, dan kelemahan khususnya dalam kaitannya dengan posisi strategis perusahaan sampel. Bobot dan skor bobot total dalam CPM dan EFE memiliki arti yang sama, (David & David, 2017).

CPM adalah alat penting yang digunakan dalam manajemen strategis untuk membandingkan suatu perusahaan dengan pesaing lainnya dalam industri sejenis, karena CPM ini membandingkan perusahaan dengan mengidentifikasi kelemahan serta kekuatan relatif yang dimiliki oleh pesaing. Berikut adalah hal penting dalam melakukan analisis CPM, (Badowi, 2020):

a. *Critical Success Factors*

Faktor penentu keberhasilan atau CSF adalah faktor utama yang penting untuk dilakukan jika suatu perusahaan atau organisasi ingin berhasil pada industri tertentu. Setiap perusahaan tentu saja memiliki kelebihan dan kekurangannya dalam internal maupun lingkungan eksternalnya. Pada perusahaan yang memiliki rating yang tinggi, maka strategi yang ditetapkannya sudah dilaksanakan dengan baik dan berlaku sebaliknya. Faktor kunci sukses sebuah bisnis tersebut diperoleh melalui survei yang disebarkan oleh penulis kepada masyarakat dengan berbagai macam pekerjaan yang berkisar pada usia 17 sampai 45 tahun.

b. *Rating (Peringkat)*

Peringkat pada Competitive Profile Matrix (CPM) menunjukkan respon perusahaan terhadap *critical success factor* dari suatu bisnis, semakin tinggi peringkat maka semakin baik respon perusahaan terhadap critical success factor, begitu pula sebaliknya peringkat yang rendah menunjukkan respon yang buruk.

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.



Skor berkisar dari 1.0 – 4.0 dan berbagai faktor dapat diterapkan. Setiap perusahaan dapat diberikan peringkat yang sama untuk faktor yang sama. Point penting terkait dengan rating di CPM:

- 1) Rating diberikan untuk setiap faktor yang ada dalam suatu perusahaan.
- 2) Kelemahan utama sebuah perusahaan ditempati oleh rating 1.0.
- 3) Rata-rata sebuah perusahaan ditempati oleh rating 2.0 yang menunjukkan ini adalah kelemahan dari sebuah perusahaan.
- 4) Sedikit kelebihan sebuah perusahaan ditempati oleh rating 3.0 yang menunjukkan adanya kelebihan dari perusahaan.
- 5) Kelebihan utama sebuah perusahaan ditempati oleh rating 4.0.

c. Weight (Bobot)

Faktor penentu keberhasilan harus diberi bobot untuk memperlihatkan tingkat kepentingan factor tersebut terhadap keberhasilan suatu faktor di dalam industri tersebut. Bobot 0,0 yang berarti bahwa faktor tersebut kurang penting hingga 1,0 yang berarti faktor tersebut sangat penting. Nantinya jumlah dari semua faktor yang ada harus sama dengan 1. Jika nantinya total perhitungan yang diperoleh tidak menunjukkan 1,0 berarti ada suatu kesalahan dalam meletakkan bobot di suatu faktor yang ada.

d. Total Weight Score

Setiap perusahaan memiliki skor pada masing-masing faktor yang dimilikinya, yang diperoleh dari bobot yang dikalikan dengan peringkat. Untuk skor total berasal dari jumlah nilai individu untuk suatu perusahaan.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner survey prioritas faktor-faktor kunci sukses sebuah bisnis, maka diperoleh tabel hasil analisis CPM (*Competitive Profile Matrix*) dari PhyCustom sebagai berikut:



Tabel 3. 4

Competitive Profile Matrix (CPM)

Critical Success Factor	Weight	PhyCustom		DGarageCustom		AKAGarage Custom	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Promosi Yang Unik	0,17	3	0,51	4	0,68	3	0,51
Variasi Produk	0,16	3	0,47	3	0,47	3	0,47
Harga Yang Kompetitif	0,16	4	0,63	3	0,47	2	0,31
SDM (Sumber Daya Manusia)	0,15	3	0,44	3	0,44	4	0,58
Teknologi	0,13	3	0,40	3	0,40	3	0,40
Citra Merek	0,14	2	0,27	3	0,41	3	0,41
Lokasi Usaha	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,40
Total	1,00		3,12		3,27		3,09

Sumber : PhyCustom.

Keterangan:

- Weight*/bobot yang memiliki point tertinggi adalah faktor utama dalam keberhasilan suatu usaha atau bisnis.
- Total dari keseluruhan bobot adalah satu (1).
- Rating*/peringkat yang diberikan menunjukkan kekuatan dan juga kelemahan perusahaan, yaitu 4 = kekuatan utama (*Major Strength*), 3 = kekuatan kecil (*Minor Strength*), 2 = kelemahan kecil (*Minor Weakness*), dan 1 = kelemahan utama (*Major Weakness*).
- Total dari setiap perusahaan merupakan hasil perkalian dari *rating* dan *score*.

Berdasarkan pada Tabel 3.4 di atas, menunjukkan data bahwa PhyCustom berada di posisi ke dua dengan skor 3,12 jika dibandingkan dengan para pesaingnya. Dengan posisi pertama ditempati oleh D Garage Custom Bekasi dengan skor 3,27 dan posisi ke tiga oleh AKAGarageCustom dengan skor 3,09. Angka yang tercantum pada analisis CPM menunjukkan kelemahan dan kelebihan yang dimiliki oleh masing-

masing perusahaan terhadap faktor yang ada. Adapun penjelasan mengenai faktor-

② faktor yang ada, yaitu:

1) Promosi Yang Unik

PhyCustom dalam menjalankan usahanya akan menghadirkan promosi atau cara penjualan yang menarik dan berkala mengikuti apa yang sedang tren di masyarakat. Promosi yang unik dapat menarik minat customer untuk mengunjungi sosial media PhyCustom hingga menggunakan jasa yang PhyCustom tawarkan.

2) Variasi Produk

PhyCustom sudah merencanakan untuk menciptakan dan menerima modifikasi kendaraan dari berbagai aliran modifikasi. Hal ini dilakukan agar konsumen selalu menetap untuk menggunakan jasa dari PhyCustom dan tidak pindah ke bengkel modifikasi lainnya.

3) Harga Yang Kompetitif

PhyCustom dalam menawarkan harga kepada *customer* tentunya akan menggunakan strategi yang dapat menarik perhatian. Selain itu, harga yang ditawarkan juga berada di bawah harga yang ditawarkan oleh pesaingnya. Harga dari PhyCustom tidak memiliki patokan khusus, dikarenakan setiap harga yang ditawarkan sesuai dengan tingkat kesulitan modifikasi yang diinginkan oleh *customer* untuk kendaraan yang dimilikinya.

4) SDM (Sumber Daya Manusia)

Sumber Daya Manusia (SDM) yang akan dipekerjakan oleh PhyCustom adalah SDM yang berkualitas dan sudah terjamin kemampuannya. Kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing SDM akan ditempatkan sesuai dengan posisi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





yang sesuai. Dengan menghadirkan SDM yang ahli pada bidangnya, diharapkan dapat menghasilkan hasil yang maksimal dalam pengerjaannya.

5) Teknologi

Teknologi merupakan salah satu pendukung PhyCustom untuk menjalankan usahanya. Semakin berkembang *platform* untuk melakukan pengeditan hasil gambar ataupun video akan meningkatkan kualitas konten yang disebar di sosial media PhyCustom. Dengan adanya teknologi, memudahkan perusahaan untuk menjangkau pasar ke seluruh penjuru dengan sangat mudah.

6) Citra Merek

Citra merek suatu perusahaan dipengaruhi oleh tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam melakukan pemasaran. Pemasaran yang dikatakan berhasil adalah ketika hal tersebut dapat membuat konsumen untuk menetap dan tidak beralih ke perusahaan lain dan membeli produk yang ditawarkan tanpa rasa ragu. PhyCustom akan menerapkan strategi pemasar langsung dan tidak langsung untuk menjangkau konsumennya.

7) Lokasi Usaha

PhyCustom mendirikan lokasi usahanya di tengah perkotaan bekasi, yaitu daerah Jati Kramat. Lokasi tersebut cukup strategis karena termasuk daerah padat penduduk dan dekat dengan mall, tempat hiburan, kampus, dan lain-lain. Sehingga dapat memudahkan *customer* untuk menemukan PhyCustom.

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.



3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT adalah analisis untuk mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari sumber-sumber daya yang dimiliki. Menurut Kotler dalam Tamara Angelica mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Alam, 2018), (Maria, 2020). Factor internal merupakan factor yang berasal dari dalam, yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Sedangkan factor eksternal adalah factor yang berasal dari luar yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*).

Berdasarkan hasil pengamatan penulis terhadap kuesioner yang disebar, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. *Strengths* (Kekuatan)

- 1) Variasi jenis desain dari berbagai aliran modifikasi.
- 2) Memberikan pelayanan konsultasi desain modifikasi dengan menyesuaikan *budget* serta keinginan konsumen secara responsif.
- 3) Harga di bawah pesaing.
- 4) Memiliki tenaga kerja yang ahli pada bidangnya.
- 5) Memiliki ruang tunggu atau ruang konsultasi konsumen dengan nuansa seperti di rumah dan memiliki fasilitas yang lengkap (tersedia televisi, sofa, dispenser dingin atau panas, AC, dan *snack*).
- 6) Lokasi yang strategis.
- 7) Menggunakan pemasaran secara digital dengan memanfaatkan platform social media.

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.



b. Weaknesses (Kelemahan)

- 1) Belum memiliki *brand image* yang terkenal di kalangan masyarakat.
- 2) Belum memiliki jaringan yang luas.

c. Opportunities (Peluang)

- 1) Tren industri otomotif modifikasi yang semakin ramai.
- 2) Semakin meningkatnya teknologi dan informasi.
- 3) Permintaan akan kendaraan modifikasi yang semakin meningkat.
- 4) KEMENPERIN yang sedang memajukan bidang perindustrian di Indonesia, salah satunya adalah industri otomotif, sehingga dapat mempermudah jalannya usaha.

d. Threats (Ancaman)

- 1) Pendatang baru yang memasuki dunia otomotif.
- 2) Cepatnya perkembangan teknologi.
- 3) Selera konsumen yang berubah-ubah.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2017:255), matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk membantu mengembangkan empat jenis strategi, yaitu strategi SO (Kekuatan – Peluang), strategi WO (Kelemahan – Peluang), strategi ST (Kekuatan – Ancaman), dan strategi WT (Kelemahan - Ancaman).

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



Tabel 3. 5

Matriks SWOT

<p>SWOT MATRIX</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
	1. Variasi jenis desain dari berbagai aliran modifikasi (S1)	1. Belum memiliki brand image yang terkenal di kalangan masyarakat (W1)
	2. Memberikan pelayanan konsultasi desain modifikasi dengan menyesuaikan budget serta keinginan konsumen secara responsif (S2)	2. Belum memiliki jaringan yang luas (W2)
	3. Harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing lainnya (S3)	
	4. Memiliki kantor serta ruang tunggu atau ruang konsultasi konsumen dengan nuansa seperti di rumah dan memiliki fasilitas yang lengkap (tersedia televisi, sofa, dispenser dingin atau panas, AC, dan snack) (S4)	
	5. Memiliki tenaga kerja yang ahli pada bidangnya (S5)	
Opportunities (Peluang)	S-O STRATEGIES	W-O STRATEGIES
1. Tren industri otomotif modifikasi yang semakin ramai (O1)	1. Menjaga kualitas pelayanan dan hasil modifikasi (S2, S3, S5, O2)	1. Memberikan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan (W3, O1, O2)
2. Semakin meningkatnya teknologi dan informasi (O2)	2. Memasukkan <i>feedback</i> positif dari konsumen ke dalam sosial media dan media promosi lainnya (S2, O2, O3)	2. Melakukan promosi penjualan dengan melakukan <i>endorsement</i> kepada influencer otomotif dan sosial media advertising (W1, W2, O2, O3)
3. Permintaan akan kendaraan modifikasi yang semakin meningkat (O3)		3. Membangun kerjasama dan menjaga hubungan baik dengan pemasok (W2, O2, O3)
4. KEMENPERIN yang sedang memajukan bidang perindustrian di Indonesia, salah satunya adalah industri otomotif, sehingga dapat mempermudah jalannya usaha (O4)		4. Membuat konten seputar otomotif modifikasi dan tips and trick lainnya di berbagai akun sosial media untuk pemasarannya (W1, W2, O1, O2, O3)
Threats (Ancaman)	S-T STRATEGIES	W-T STRATEGIES
1. Pendatang baru yang memasuki dunia otomotif (T1)	1. Mengevaluasi penilaian konsumen terhadap hasil modifikasi dan pelayanan (S2, T2, T3)	1. Memasuki komunitas sejenis, serta mengikuti pameran ataupun event tentang industri otomotif modifikasi (W1, W2, T2, T3)
2. Para pesang terlebih dahulu yang sudah memiliki pengalaman dan reputasi yang baik di masyarakat (T2)	2. Melakukan inovasi produk aliran modifikasi (S1, T1, T2, T3)	2. Menerapkan marketing mix guna meningkatkan <i>brand image</i> (W1, W2, T1, T2, T3)
3. Selera konsumen yang berubah-ubah (T3)	3. Menyediakan ruangan dengan fasilitas <i>ac</i> dan <i>coffee break</i> untuk konsumen yang menunggu kendaraannya dan melakukan konsultasi secara offline dan (S4, T3)	3. Menjalni dan menjaga hubungan baik dengan pelaku usaha sejenis untuk bertukar pikiran tentang usaha yang dijalankannya (W2, T1, T2)
	4. Mengadakan survey kepada pesaing usaha sejenis, untuk mengevaluasi keseluruhan usaha (S3, T2, T3)	4. Menjalni hubungan kerja sama dengan lembaga pendidikan pada bidang otomotif untuk menyalurkan lulusan terbaiknya ke dalam perusahaan (W2, W3, T2)

Sumber : Data diolah, 2022.



Berdasarkan Tabel 3.5 yang membahas tentang Matrix SWOT dari PhyCustom, strategi yang digunakan oleh PhyCustom adalah Strategi Agresif. Strategi adalah serangkaian rencana operasi yang mencakup semua elemen yang terlihat maupun tidak terlihat untuk memastikan keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan. Menurut Fred R. David (2017:254), Strategi Agresif adalah strategi yang mencakup penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, dan diversifikasi. Di bawah ini merupakan penjabaran secara detail tentang strategi yang direncanakan oleh PhyCustom, yaitu:

1) Strategi S-O

Menjaga kualitas pelayanan dan hasil modifikasi yang berguna untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap usaha kita dengan rutin melakukan evaluasi internal perusahaan seputar hasil pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama kegiatan usaha berlangsung.

Memasukkan *feedback* positif dari konsumen ke dalam sosial media dan media promosi lainnya. Dengan adanya *feedback* tersebut dapat menarik minat pengikut dari sosial media usaha kita. Nantinya apabila terdapat *feedback* kurang baik dapat dijadikan bahan evaluasi depannya agar lebih baik.

2) Strategi W-O

Memberikan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan bertujuan untuk menambah kepercayaan diri karyawan dalam menyelesaikan modifikasi kendaraan agar mendapatkan hasil yang maksimal. Dengan adanya hasil yang maksimal dapat memajukan dan meningkatkan profit dari perusahaan itu sendiri (W3, O1, O2).



Melakukan promosi penjualan dengan melakukan *endorsement* kepada influencer otomotif dan sosial media advertising dilakukan untuk memperluas bauran pemasaran dan memperkenalkan usaha kita di pasar otomotif. Apabila usaha kita di pasarkan oleh influencer tersebut, maka para pengikutnya akan mengetahui usaha kita, dan mulai mencari tau apa yang ditawarkan beserta isinya. Maka dari itu, akun sosial media yang kita miliki juga harus selalu mengunggah konten yang menarik, untuk meningkatkan *engagement* sosial mediana. Konten yang disebarakan tidak harus selalu tentang otomotif modifikasi, tetapi bisa juga menyebarkan *tips and trick* tentang merawat kendaraan hasil modifikasi, ataupun konten lainnya (W1, W2, O1, O2, O3).

Membangun Kerjasama dan menjaga hubungan baik dengan pemasok agar mempermudah jalannya usaha. Dengan kedekatan yang terjalin akan membuka peluang bagi pemasok untuk mendahulukan perusahaan kita apabila ada barang yang susah dicari namun peminatnya banyak (W1, W2, O2, O3).

3) Strategi S-T

Mengevaluasi penilaian konsumen terhadap hasil modifikasi dan pelayanan agar suatu perusahaan dapat selalu memnperbaiki atau meningkatkan keseluruhan system yang terjalin di perusahaan tersebut. Dengan adanya penilaian tersebut, pemilik usaha dapat mengetahui minat dan keinginan konsumen yang berguna untuk mengembangkan usaha (S2, T2, T3).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Melakukan inovasi produk aliran modifikasi agar tetap bertahan di tengah persaingan pasar yang ada. Dengan memperhatikan tren yang terjadi di masyarakat, PhyCustom akan selalu melakukan inovasi pada disetiap jasa dan produk yang dihasilkannya (S1, T1, T2, T3).

Mengadakan survey kepada pesaing usaha sejenis untuk mengevaluasi keseluruhan usaha untuk menganalisa bagaimana pesaing menangkap peluang dan mengurangi pengaruh dari setiap ancaman yang datang (S3, T2, T3).

4) Strategi W-T

Memasuki komunitas sejenis, serta mengikuti pameran ataupun event tentang industry otomotif modifikasi berguna untuk memperluas relasi dengan para pelaku usaha sejenis. Dengan mengikuti kegiatan tersebut, selain mendapatkan relasi, berguna juga untuk bertukar ilmu tentang otomotif modifikasi (W1, W2, T1, T2, T3).

Menerapkan *marketing mix* guna meningkatkan *brand image*. Dengan adanya strategi penjualan yang efektif akan meningkatkan penilaian positif terhadap perusahaan (W1, W2, T1, T2, T3).

Menjalin hubungan kerja sama dengan Lembaga Pendidikan pada bidang otomotif untuk menyalurkan lulusan terbaiknya ke dalam perusahaan. Pada awalnya akan diterapkan system magang, apabila ternyata kinerjanya bagus maka akan dijadikan karyawan tetap (W2, W3, T2).

Berdasarkan penjabaran di atas, berikut adalah analisis SWOT yang dimiliki oleh PhyCustom, yaitu:

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

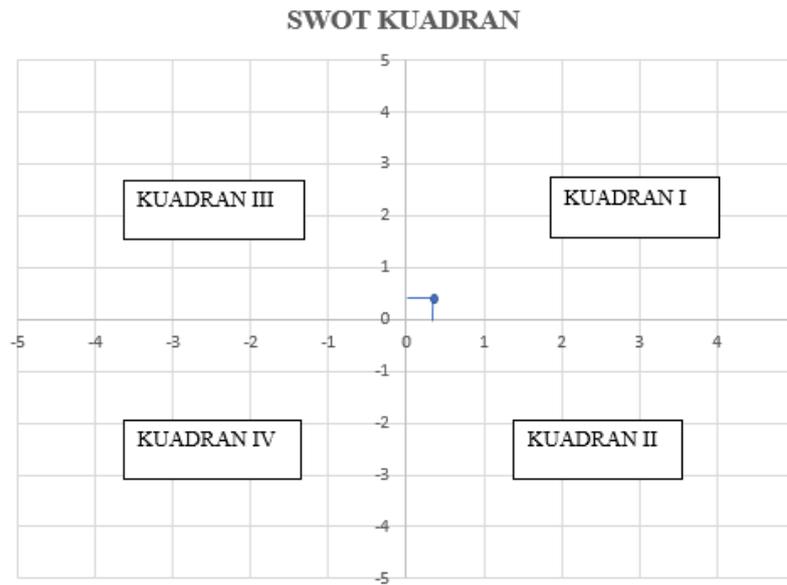
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Gambar 3. 9

SWOT Kuadran



Sumber : PhyCustom.

Berdasarkan pada Gambar 3.9 di atas, tentang SWOT kuadran pada PhyCustom, hasilnya berada pada Kuadran I. Titik X terletak pada 0,25 dan titik Y pada 0,26. Posisi PhyCustom berada pada posisi yang menguntungkan, dan strategi yang dapat digunakan ialah *growth oriented strategy* atau mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, yang di dalamnya terdapat *market penetration, market development, product development*, dan *backward, forward*, dan *horizontal integration*.

© 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.