



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Berkaitan dengan pendirian suatu usaha, tentunya pengusaha harus membuat analisis terhadap trend yang ada di industri tersebut. Tren berdampak besar pada pertumbuhan industri yang dikelola. Jika ada kesamaan antara tren dan juga industri, karena barang/jasa yang dijual sesuai dengan yang di minta oleh konsumen ini merupakan peluang bagi para pengusaha.

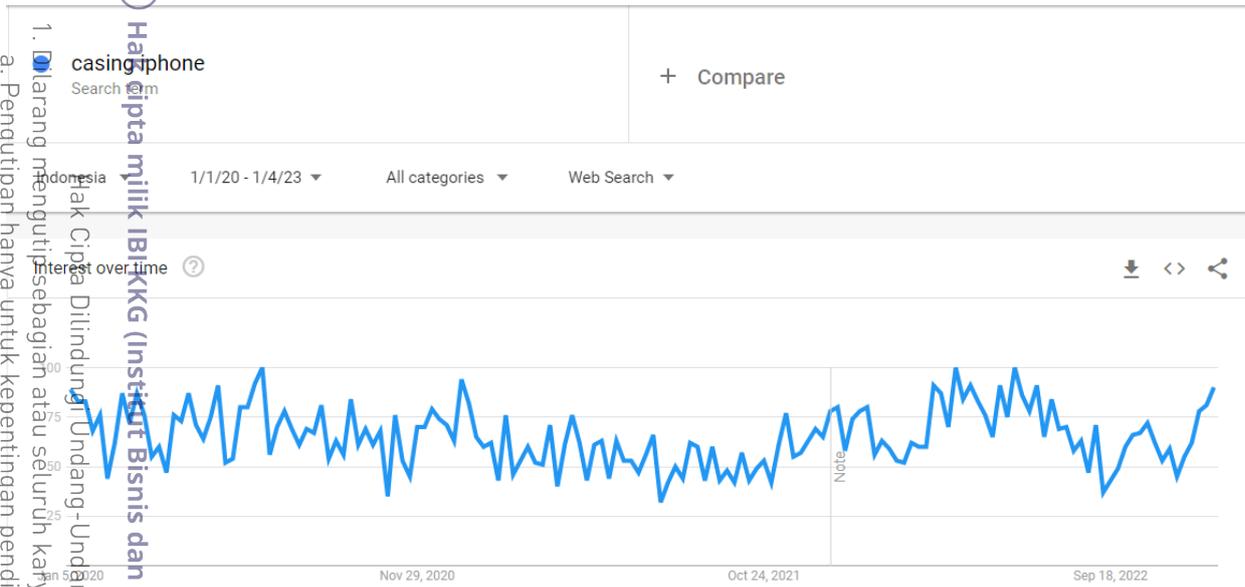
Pertumbuhan positif industri *smartphone* juga meningkatkan kegiatan pendukungnya, Salah satunya adalah industri aksesoris *Smartphone*. *Allied Market Research (AMR)*, lembaga riset Amerika Serikat, mengatakan bahwa nilai aksesoris *smartphone* global melebihi \$224,69 miliar pada tahun 2018. Sementara itu, industri diperkirakan akan tumbuh sebesar 3,1% selama periode 2019-2026. menjadi \$284,06 miliar.

Saat ini *smartphone* sudah menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat. Meningkatnya penjualan *smartphone* juga akan mendorong pertumbuhan industri aksesoris *smartphone*, *case cover* adalah salah satu aksesoris paling banyak dicari oleh masyarakat.

(Sumber: <https://ekbis.sindonews.com>)



Gambar 3.1
Minat Masyarakat Indonesia Terhadap Casing Iphone 2020-2023



Sumber: [Google Trends](https://www.google.com/trends)

Angka 0-100 pada *Interest over time* dalam grafik *google trends* mewakili minat masyarakat terhadap *casing iPhone*, data dari grafik diatas menunjukkan bahwa minat masyarakat pada *casing iPhone* cenderung stabil dan mengalami kenaikan yang signifikan pada akhir tahun 2022 hingga saat ini.

3.2 Analisis Pesaing

Perubahan terjadi begitu cepat sehingga para pelaku bisnis harus selalu menerapkan inovasi untuk terus mengembangkan usahanya agar tidak kalah dengan kompetitor yang ada.

Pengusaha sukses tahu bagaimana menganalisis pesaingnya dengan melihat kekuatan dan kelemahan mereka. Pesaing itu alami dan setiap pemilik bisnis menghadapinya.

Perusahaan membutuhkan informasi tentang perusahaan pesaing sehingga dapat merancang strategi pemasaran yang efektif saat digunakan untuk bersaing. Selain itu, juga perlu membandingkan penawaran, produk, dan harga, perusahaan dengan pesaing terdekatnya.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Pesaing potensial diidentifikasi berdasarkan pengamatan penulis. Dalam analisisnya, penulis menentukan beberapa faktor untuk menentukan kelemahan dan kekuatan pesaing,

yaitu: kualitas produk, reputasi toko, layanan, kategori produk, dan harga. Berikut adalah beberapa pesaing MiCase:

- a. Nama Toko : Migun Case
Tahun Berdiri : 2015
Lokasi : Kota Jakarta Barat
- b. Nama Toko : Casetopia.id
Tahun Berdiri : 2019
Lokasi : Kota Jakarta Pusat

Berikut ini merupakan rincian perbandingan antara MiCase dengan pesaing:

Tabel 3.1
Perbandingan Pesaing MiCase

Kategori	MiCase	Migun Case	Casetopia.id
Harga	Rp 19.000 – Rp 49.000	Rp 5.000 – Rp 60.000	Rp 10.000 – Rp 60.000
Variasi Produk	<i>Softcase, silicone case, leather case, hardcase</i>	<i>Softcase, silicone case, leather case, glass case, hardcase</i>	<i>Softcase, silicone case, hardcase</i>
Reputasi Toko	Cukup Baik	Sangat Baik	Baik
Promosi	Promosi menarik	Promosi menarik	Promosi cukup menarik
Layanan	Sangat baik	Kurang baik	Cukup baik
Kualitas Produk	Kualitas baik	Kualitas sesuai harga	Kualitas sesuai harga

Sumber: Observasi Penulis

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.



Dari tabel analisis pada pesaing diatas, maka penulis menyimpulkan kelemahan dan keunggulan dari kedua pesaing tersebut sebagai berikut:

Tabel 3.2
Identifikasi Keunggulan dan Kelemahan Pesaing

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Migom Case	a. Memiliki harga produk yang paling murah b. Memiliki berbagai variasi produk c. Memiliki tingkat reputasi toko yang sangat baik	a. Layanan yang tidak <i>responsive</i> b. Kualitas produk <i>standard</i>
Casetopia.id	a. Memiliki promosi yang menarik b. Layanan yang cukup <i>responsive</i> c. Memiliki reputasi toko yang cukup baik	a. Memiliki harga produk yang tergolong mahal b. Variasi produk yang sedikit c. Kualitas produk <i>standard</i>

Sumber: Observasi Penulis

3.3 Analisis *Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal*

Analisis PESTEL adalah analisis eksternal perusahaan, yang dapat menjadi peluang untuk membantu perkembangan perusahaan, karena dengan bantuan analisis PESTEL, perusahaan dapat mengetahui semua risiko dan juga potensi bisnis dalam kaitan lingkungan eksternal maka analisis PESTEL juga dapat menimbulkan ancaman bagi perusahaan.

Berikut hasil analisa PESTEL terhadap usaha micase dari penulis:

a. *Politic* (Politik)

Faktor politik merupakan peraturan pemerintah dan masalah hukum yang bisa memberikan pengaruh bagi aktivitas perusahaan. MiCase adalah Usaha kecil yang wajib mematuhi UU No. 20 Tahun 2008 mengenai Kriteria Usaha dengan kekayaan bersih tidak melebihi Rp1.000.000.000 (satu miliar rupiah), tidak termasuk konstruksi tanah dan bangunan atau dengan omzet tahunan tidak melebihi Rp2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

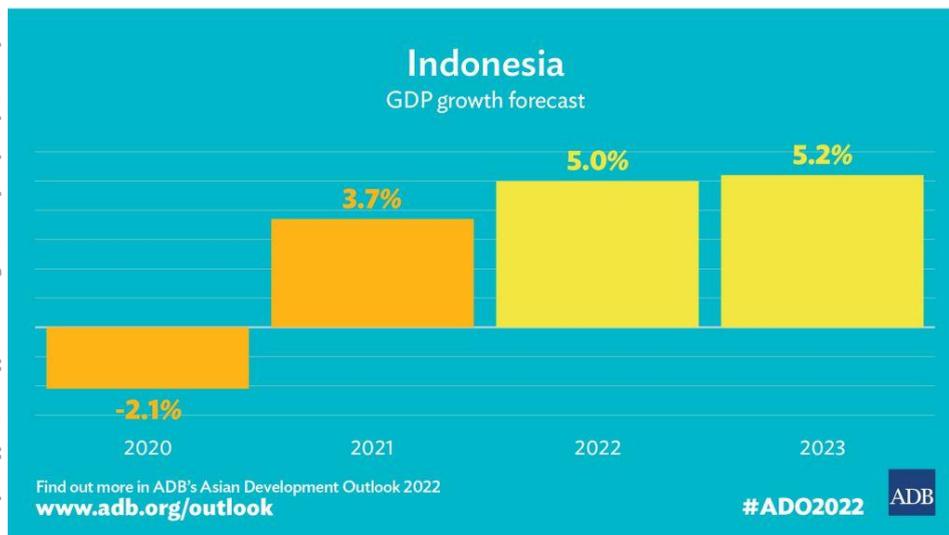
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dilindungi. 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan 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.



b. *Economic* (Ekonomi)

Peningkatan pertumbuhan ekonomi memberikan dampak positif bagi masyarakat, sehingga bisa meningkatkan daya beli konsumen. Kemudian bisnis juga tumbuh seiring dengan pertumbuhan pendapatan.

Gambar 3.2
Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2020-2023



Sumber: <https://www.adb.org>

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi meningkat menjadi 5,2% pada tahun 2023, yang sebelumnya hanya -2,1% pada tahun 2020 karena dampak dari efek pandemi *Covid-19*. Pertumbuhan ekonomi yang terus mengalami peningkatan setelah pandemi *Covid-19* berdampak positif bagi masyarakat juga memperluas usaha karena peningkatan pendapatan. Daya beli masyarakat meningkat secara tidak langsung karena pertumbuhan ekonomi yang baik yang menjadi peluang bagi MiCase.

c. *Social* (Sosial)

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan hidup suatu perusahaan adalah sosial budaya. Dalam kehidupan bermasyarakat dapat terjadi kondisi sosial yang sangat dipengaruhi oleh norma dan nilai.



Dengan berkembangnya zaman dan keinginan pribadi untuk tampil unik dan berbeda, *case smartphone* menjadi sesuatu yang diprioritaskan sesuai *trend fashion* dan status seseorang.

Casing smartphone telah menjadi *trend fashion* yang ditujukan untuk melengkapi gaya sehari-hari pengguna *smartphone* Indonesia. Tren saat ini adalah pengguna *smartphone* tidak lagi puas dengan model pabrikan yang ada di pasaran. Masyarakat mulai mencari *casing* dengan desain yang unik, berdasarkan karakteristik pengguna dari segi bentuk, bahan, warna, dan komposisi gambar. Dengan adanya kenaikan tren ini maka permintaan akan produk pelindung *smartphone* juga semakin meningkat.

(Sumber: <https://www.domarai.com>)

d. *Technology* (Teknologi)

Di masa sekarang ini, teknologi memiliki peran yang sangat penting bagi perkembangan bisnis. Teknologi bisa memberikan pengaruh positif dan juga negatif bagi perusahaan. Perlu dilakukan adaptasi terhadap teknologi baru yang masuk dalam usaha tersebut. Jika perusahaan tidak bisa memanfaatkannya, maka teknologi tersebut bisa berdampak negatif bagi perusahaan. Karena faktor teknologi ini, juga dilihat sebagai peluang bahwa seiring berkembangnya media sosial lebih lanjut, akan semakin mudah bagi perusahaan untuk memasarkan produknya dan juga menjangkau lebih banyak konsumen.

Potensi *e-commerce* Indonesia berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir dan diperkirakan akan terus berlanjut di tahun-tahun mendatang. Berbicara tentang industri ini bukan hanya tentang jual beli barang dan jasa melalui internet. Tapi itu juga mempengaruhi industri lain. seperti penyediaan jasa logistik, penyedia jasa telekomunikasi, produsen *smartphone*, dan lain-lain.

Hak Cipta dilindungi Undang-undang
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)

Dari sisi lingkungan, ini merupakan ancaman bagi industri aksesoris *smartphone*, karena *casing* tambahan atau *casing smartphone* di dalamnya mengandung partikel plastik yang dapat menambah pencemaran lingkungan dengan mikroplastik sehingga termasuk ke dalam *e-waste* atau limbah elektronik.

Hal ini menyebabkan penumpukan sampah plastik dan polusi yang semakin banyak, yang dapat merusak lingkungan. Untuk mencapai hal tersebut, MiCase harus berusaha untuk mengurangi jumlah plastik yang digunakan. *Casing smartphone* yang ramah lingkungan atau *eco-friendly* bisa menjadi pilihan bagi konsumen untuk mengurangi jumlah plastik di dunia.

f. *Legal* (Legalitas)

Dalam faktor legalitas, pemerintah saat ini mengenakan pajak pada bisnis *online* (*e-commerce*). Dasar hukum pengenaan pajak atas *e-commerce* adalah Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Usaha Melalui Sistem Elektronik, yang mulai berlaku pada 1 April 2019.

Wajib Pajak Pribadi yang memiliki usaha juga harus membayar pajak penghasilan atas penghasilan yang diperolehnya dari penjualan di toko *online*. Sebagai wajib pajak, baik WP pribadi pengusaha maupun WP badan, selama penghasilan brutonya kurang dari Rp 4,8 miliar per tahun, hanya dikenakan PPh sesuai Peraturan Pemerintah (PP) No. 23 Tahun 2018, yaitu sebesar 0,5% dari omzet bruto.

Hentunya dengan diberlakukannya pajak pada bisnis online ini, maka pelanggan harus membayar lebih dari harga produk tersebut. Dampak yang dapat mempengaruhi permintaan pelanggan terhadap suatu produk.

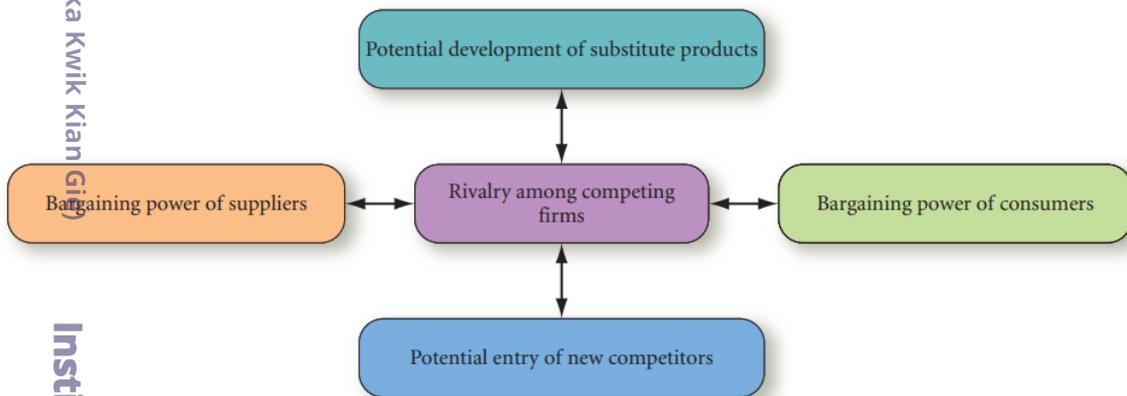
(Sumber: <https://klikpajak.id>)



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

Analisis pesaing merupakan suatu pendekatan yang sangat berguna untuk mengembangkan strategi yang akan diterapkan dalam suatu usaha. Ada lima kekuatan kompetitif yang mempengaruhi strategi industri. Menurut David (2017:229) mendefinisikan model 5 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. Persaingan Antar-Perusahaan yang Bersaing:

b) Jumlah pesaing:

Jumlah pesaing bisnis *casing iPhone online* cukup banyak, banyak pesaing tidak menutup kemungkinan akan membuat bisnis sulit berkembang karena tidak semua pesaing memiliki persaingan yang kuat karena beberapa faktor seperti: strategi pemasaran produk dan keunggulan kompetitif yang tidak efektif.



Dari penjelasan diatas, alternatif lain ini dianggap tidak mengancam atau rendah intensitasnya karena saat ini tren belanja *online* sedang berkembang dan akan terus berkembang di tahun-tahun mendatang.

c. Potensi Pengembangan Produk Substitusi:

1) Ketersediaan barang substitusi:

Dalam hal ini bisa disimpulkan barang substitusi terhadap *casing smartphone* sangat sedikit, sementara ini hanya ada 1 saja yaitu *skin*. *Skin* merupakan *coating gadget* berbentuk stiker dengan berbagai motif gambar yang bisa diaplikasikan dengan cara ditempel.

2) Kemungkinan berganti ke produk substitusi:

Tidak mudah untuk konsumen mengganti ke produk substitusi yaitu *skin*, karena *skin* hanya merupakan stiker yang sangat tipis sehingga tidak bisa untuk melindungi *body smartphone* dari benturan yang akan meninggalkan bekas permanen di *body smartphone*.

d. Kekuatan Tawar Pemasok:

1) Jumlah pemasok:

Pemasok di industri *casing iPhone* tidak dikendalikan oleh pemasok tunggal saja tetapi ada penawaran produk yang sama dengan harga dan layanan yang berbeda oleh banyak pemasok. Oleh karena itu, mencari pemasok baru bukanlah masalah bagi setiap pelaku usaha *casing iPhone*.

2) Produk yang hanya tersedia oleh pemasok tertentu:

Daya tawar pemasok cukup lemah karena produk *casing iPhone* banyak dijual di pasaran, sehingga hal ini akan menjadi peluang bagi pelaku usaha *casing iPhone* untuk dengan mudah menemukan pemasok produk dari berbagai sumber.



mereka milik. Baik masalah internal maupun eksternal termasuk dalam faktor penentu keberhasilan, sehingga peringkat/*rating* mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana angka 4 artinya kekuatan utama, 3 adalah kekuatan kecil, 2 adalah kelemahan kecil, dan 1 adalah kelemahan besar.

Berikut ini hasil analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM) dengan pesaing MiCase:

Tabel 3.3
Competitive Profile Matrix MiCase

<i>Critical Success Factor</i>	<i>Weight</i>	MiCase		Migun Case		Casetopia.id	
		<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>
Harga yang bersaing	0.171	3	0.513	4	0.684	3	0.513
Jumlah Variasi Produk	0.057	3	0.171	4	0.228	2	0.114
Kualitas Produk	0.629	3	1.887	3	1.887	3	1.887
Promosi menarik	0.029	4	0.116	3	0.087	4	0.116
Pelayanan yang responsif	0.029	4	0.116	2	0.058	3	0.087
Reputasi Toko	0.086	1	0.086	4	0.344	3	0.258
Total	1		2.889		3.288		2.975

Sumber: Data kuesioner yang diolah

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analisis)

SWOT menurut Kotler dan Amstrong (2018:80) adalah evaluasi keseluruhan dari kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T) perusahaan. Analisis SWOT adalah suatu cara yang baik untuk melakukan monitor lingkungan internal dan eksternal suatu perusahaan.

Berikut ini merupakan analisis SWOT dari usaha MiCase:

a. *Strengths* (Kekuatan)

- 1) Memiliki berbagai variasi produk *casing iPhone*
- 2) Layanan yang responsif
- 3) Menggunakan media promosi media sosial
- 4) Memiliki kualitas produk yang baik

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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



b. *Weakness* (Kelemahan)

- 1) Manajemen bisnis yang masih kurang berpengalaman
- 2) Belum adanya loyalitas dari pelanggan
- 3) Toko *online* belum dikenal oleh masyarakat

c. *Opportunities* (Peluang)

- 1) Kekuatan tawar pemasok yang rendah
- 2) Pertumbuhan pengguna *iPhone* terus bertambah
- 3) Tren belanja *online* yang terus meningkat

d. *Threats* (Ancaman)

- 1) Selera konsumen yang terus berubah
- 2) Pesaing menawarkan beberapa model yang sama
- 3) Mudah nya muncul pesaing baru.

Menurut David dan David (2017:251), matriks SWOT adalah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan 4 jenis strategi:

- a. Strategi WT merupakan taktik defensif yang diterapkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.
- b. Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal.
- c. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
- d. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.

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



Tabel 3.4
Matrix SWOT MiCase

Internal	Strength (S)	Weakness (W)
	<ul style="list-style-type: none"> 1) Memiliki berbagai variasi produk <i>casing iPhone</i>. 2) Menggunakan media promosi masa kini 3) Layanan yang responsif. 4) Memiliki kualitas produk yang baik 	<ul style="list-style-type: none"> 1) manajemen bisnis yang masih kurang berpengalaman. 2) Belum adanya loyalitas dari pelanggan. 3) Toko <i>online</i> belum dikenal oleh masyarakat.
External	Opportunities (O)	Strategi SO
	<ul style="list-style-type: none"> 1) Kekuatan tawar pemasok yang rendah. 2) Pertumbuhan pengguna <i>iPhone</i> terus bertambah. 3) Tren belanja <i>online</i> yang terus meningkat. 	<ul style="list-style-type: none"> 1) Menambah model produk <i>casing</i> sesuai <i>trend</i> yang berjalan (S1, S2, O1) 2) Melakukan promosi penjualan dengan <i>paid promote</i> (S1, S2, O2, O3)
	Threat (T)	Strategi ST
	<ul style="list-style-type: none"> 1) Selera konsumen yang terus berubah 2) Pesaing menawarkan beberapa model yang sama. 3) Mudah nya muncul pesaing baru. 	<ul style="list-style-type: none"> 1) Memperbanyak jumlah <i>reseller/dropshipper</i> (S1, S4, T3) 2) Memastikan produk yang akan dijual diterima konsumen sesuai dengan yang ditampilkan (S1, S3, T2, T3)
		Strategi WO
		<ul style="list-style-type: none"> 1) Melakukan survei kepada pelanggan (W1, O2, O3) 2) Memberikan <i>tips</i> dan trik yang berhubungan dengan <i>casing iPhone</i> (W2, W3, O2)
		Strategi WT
		<ul style="list-style-type: none"> 1) Melakukan evaluasi berkala (W1, T1, T3) 2) Membangun citra yang baik dengan konsumen (W2, W3, T3)

Sumber: MiCase

a. Strategi SO

1) Menambah model produk sesuai *trend* yang berjalan (S1, S2, O1)

Dengan melakukan kegiatan promosi yang kuat untuk memperkenalkan bisnis kepada masyarakat luas adalah salah satu cara dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk mengikuti *trend* model *casing iPhone* selalu menambahkan model produk yang mungkin disukai oleh calon pelanggan dan model produk yang sedang aktif setiap saat.

2) Melakukan promosi penjualan dengan *paid promote* (S1, S2, O2, O3)

Dengan melakukan kegiatan promosi yang kuat untuk memperkenalkan bisnis kepada masyarakat luas adalah salah satu cara dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk



2) Memastikan produk yang akan dijual dan diterima konsumen sesuai dengan yang ditampilkan (S1, S3, T2, T3)

Memastikan produk yang akan terjual sesuai dengan harapan konsumen maka harus dipastikan produk yang dijual sesuai dengan standard yang ada, untuk mencegah adanya produk yang cacat terkirim kepada konsumen harus melakukan pemeriksaan sebelum pengiriman dan memastikan agar konsumen menerima sesuai dengan yang dipesan.

d. Strategi WT

1) Melakukan evaluasi berkala (W1, T1, T3)

Penentuan nilai suatu usaha merupakan kegiatan usaha yang menjadi keharusan bagi setiap pengusaha. Bisnis harus melakukan *review* agar penulis dapat menilai bisnis berdasarkan umpan balik pembeli. Jika umpan balik yang diberikan bersifat positif, maka harus dikembangkan lebih lanjut dan sebaliknya jika ada umpan balik negatif dari konsumen, penulis harus menanggapi untuk mengatasinya.

2) Membangun citra yang baik bagi konsumen (W2, W3, T3)

Untuk mempertahankan eksistensi bisnis membangun citra yang baik sangat diperlukan. Untuk membangun dan menjaga citra yang baik, penulis harus tanggap terhadap keinginan pelanggan dan juga menjaga kepuasan pelanggan dengan pengiriman yang cepat, seperti pengiriman pada hari yang sama melalui Go-Jek dan juga memesan produk yang tepat untuk pelanggan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan citra dan reputasi di saat persaingan di industri *casing iPhone* yang cukup ketat.