



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING



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

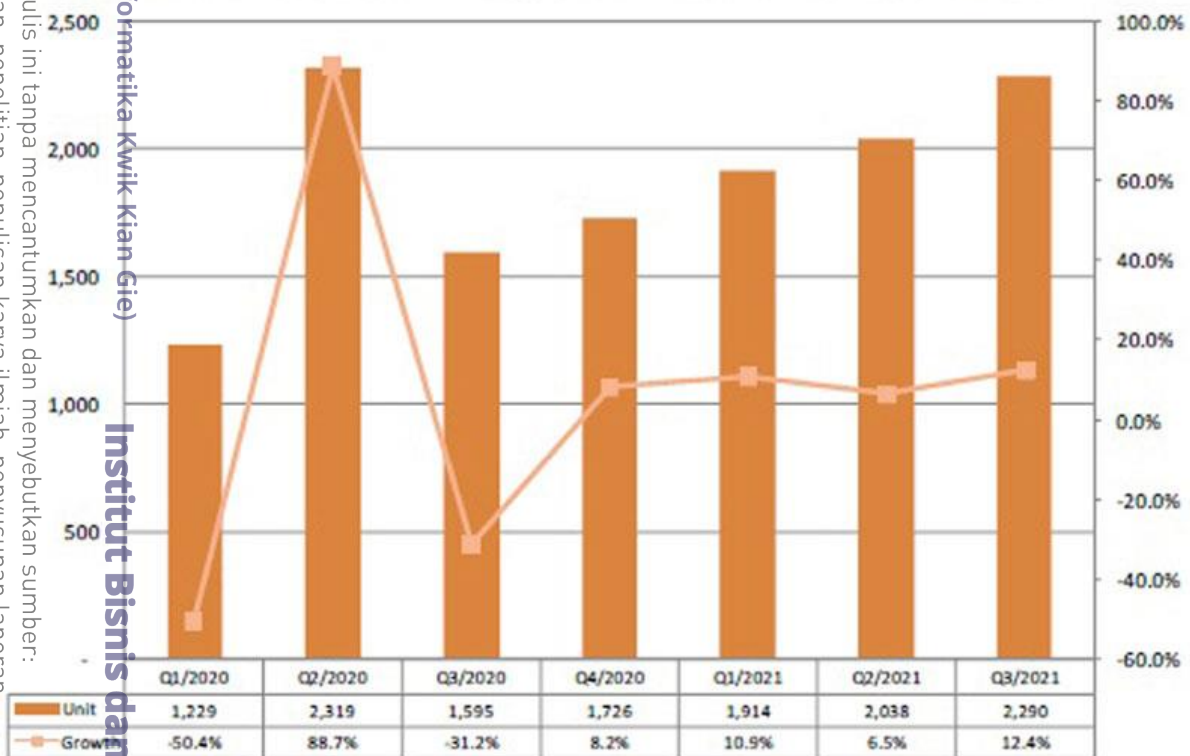
3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Bahan bangunan merupakan bagian dari industri pembangunan property. Minat masyarakat semakin meningkat dikarenakan banyak pembangunan bisnis property dan kesadaran masyarakat untuk membuat rumah yang nyaman.

Gambar 3.1

Grafik Neraca Perdagangan Bahan Bangunan Indonesia

Tren Pertumbuhan Unit Terjual Rumah Jabodebek-Banten



Sumber Yanita Pertriella & M. Syahrhan W. Lubis 25 Juli 2022 Bisnis Properti 2022 Bakal Cerah. <https://bisnisindonesia.id/article/bisnis-properti-2022-bakal-cerah-bunga-kpr-perlu-ditekan-lagi>

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



Dalam 2 tahun terakhir, industri property mengalami trend/kecenderungan yang selalu meningkat. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan nilai sektor property, saat PDB nasional terpuruk hingga 2,1% akibat pandemic Covid-19 sektor property tetap menunjukkan peningkatan dengan tumbuh positif 2.3%.

Pada tahun 2020, nilai ekonomi yang di sumbang oleh sector property adalah mencapai Rp 324,3 triliun atau sebarai 3,02% dari total perekonomian nasional. Nilai tersebut menandakan catatan kontribusi sektor properti yang tertinggi terhadap perekonomian nasional.

3.2 Analisis Pesaing

Analisis persaingan pasar hanya dapat di mengerti jika di lihat melalui sudut pandang pasar yang lebih luas terutama dalam pemenuhan dalam pasar yang sama. Dalam hal ini, konsep pasar berfungsi untuk memberikan gambaran pesaing secara actual dan lebih baik. Pada konsep pasar, perusahaan akan bersaing untuk mendapatkan pasar yang lebih besar dan lebih luas lagi. Oleh karena itu, menurut (Rangkuti, 2020a) pengetahuan terperinci mengenai karakter pesaing menjadi kunci atau factor yang menentukan tingkat persaingan yang dihadapi oleh perusahaan.

Dalam menganalisis karakter pesaing, perusahaan harus menentukan strategi yang harus digunakan, tujuan yang ingin di capai, *power*, serta mengetahui kelemahan yang dimiliki oleh pesaing. Strategi perusahaan dapat menentukan keberlangsungan perusahaan yang menjadi kelompok strategi yang berfungsi untuk menentukan siapa yang menjadi pesaing kunci dalam pasar yang sama, selain penentuan kelompok strategis, di perlukan juga analisis tujuan perusahaan beserta faktor lainnya seperti ukuran pesaing, factor keuangan perusahaan, serta penmgelolaan usaha pesaing.



Pada tahap ini TB. Bintang Jaya memiliki kelompok strategis yang merupakan usaha dengan produk berkualitas serta harga produk yang cukup tinggi. Analisa beberapa pesaing kunci TB.

Bintang Jaya dijabarkan sebagai berikut :

A. Agung Jaya

Agung Jaya merupakan salah satu penjualan bahan bangunan yang menjual bahan bangunan secara *offline store*. Agung Jaya memulai penjualan bahan bangunan pada 2005

1. Jenis Produk: Bahan bangunan
2. Segmentasi Pasar: Menengah ke atas
3. Metode Penjualan: Offline (Toko)

B Mitra 10

Mitra 10 merupakan salah satu penjualan bahan bangunan yang menjual bahan bangunan secara *offline store*. Mitro 10 memulai penjualan bahan bangunan pada 2012

1. Jenis Produk: Bahan bangunan
2. Segmentasi Pasar: Menengah ke atas
3. Metode Penjualan: Offline (Toko), Online (Web)

C TB. Bintang Jaya

TB. Bintang Jaya merupakan salah satu penjual bahan bangunan yang menjual bahan bangunan secara *offline store*. TB. Bintang Jaya memulai pengjualan bahan bangunan pada 1999

1. Jenis Produk: Bahan bangunan
2. Segmentasi Pasar: Menengah
3. Metode Penjuala: *Offline* (Toko). *Online* (Tokopedia)



Analisis terhadap kekuatan dan kelemahan pesaing adalah kunci penting untuk dilakukan dalam menganalisa kekuatan dan kelemahan pangsa pasar atau target yang ingi dicapai oleh pesaing, pangsa pikiran, dan pangsa hati atau gambaran dari penawaran pesaing dalam benak konsumen (Kotler, Phillip, Keller, 2016) dapat di tentukan. Analisis dalam kelemahan pesaing kunci dari jabaran melalui tabel 3.1 dibawah ini :

Tabel 3.1
Identifikasi Keunggulan dan Kelemahan Pesaing

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
1. Agung Jaya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar perusahaan yang sudah terbentuk 2. Basis proyek yang besar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. kurang menguasai produk
2. Mitra 10	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjual bahan selain bahan bangunan 2. Basis pasar lebih besar 3. Variasi jenis perabot 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga lebih mahal 2. Pelayanan yang lama
3. FB Bintang jaya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk yang baik 2. Variasi jenis bahan bangunan 3. Layanan pelanggan yang baik 4. Pusat Gypsum di bogor 5. Citra perusahaan yang sudah terbentuk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak mau ambil resiko dengan proyek 2. Tidak memberi hutang

Sumber Penulis



3.3 Analisis PESTEL

Dalam menjalankan operasional usaha, terdapat lingkungan yang memengaruhi jalannya suatu kegiatan usaha baik dari lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Untuk menganalisis dampak dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal suatu usaha digunakan analisis PESTEL. Analisis PESTEL merupakan analisis yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan lingkungan tempat sebuah perusahaan beroperasi (Anbdullah 2009). Analisis PESTEL TB. Bintang Jaya akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Faktor Potilik (*Politic*)

Indonesia merupakan negara demokrasi sekaligus negara hukum. Salah satu ciri negara demokrasi adalah keadulatan berada di tangan rakyat. Dalam rangka pemilu tahun 2019 sektor property pasti terkena dampaknya karena Binis property sangatlah berpengaruh terhadap penjualan bahan bangunan. Orang orang lebih meilih membeli emas di bandingkan membeli property karena property itu jangka Panjang 5-10 sedangkan emas jangka pendek (1-3 Tahun

2. Faktor Ekonomi (*Economy*)

Keadaan ekonomi sekarang ini sedang memasuki tahap pemulihan yang sangat berdampak pada kemajuan suatu usaha. Berdasarkan data dari kementrain koordinasi bidang perekonomian Republik Indonesia pertumbuhan pada tahun 2021 memberikan gambaran yang positif untuk perekonomian pada tahun 2022 dikarenakan bangkitnya kepercayaan masyarakat untuk mulai melakukan konsumsi barang yang menjadi faktor naiknya ekonomi kearah positif.

3. Faktor Sosial (*Social*)

Kenaikan bisnis property akan mengakibatkan permintaan kebutuhan bahan bangunan meningkat sehingga mengakibatkan industri lain yang terhubung dengan bisnis property seperti toko bahan bangunan akan meningkat juga. Masyarakat akan mencari bahan bangunan yang memiliki kualitas bagus dan toko yang dapat di percaya. Factor sosial lain yang mempengaruhi operasional TB. Bintang Jaya, yakni meningkatnya minat banyak orang untuk membangun rumah dan merenovasi rumahnya terlebih lagi kaum milenial yang baru saja menikah.

4. Faktor Teknologi (*Technology*)

Inovasi teknologi dan evolusi memberikan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan operasional suatu usaha. Hal tersebut juga berdampak pada usaha TB. Bintang Jaya yang menerapkan teknologi konvensional untuk mengelola usahanya yaitu dengan menggunakan software yang berfungsi menyimpan data barang masuk dan barang keluar serta menggunakan printer thermal untuk membuat nota. Selain itu, penerapan teknologi juga di terapkan pada proses pemasaran terhadap pelanggan atau bisa di sebut juga promosi dimana TB. Bintang Jaya menggunakan platform *E-Commerce* dan juga media sosial seperti *Instagram* dan *WhatsApps* untuk memasarkan dan sebagai sarana untuk menerima pesanan secara online, TB. Bintang Jaya juga menggunakan barcode metode pembayaran seperti Qris untuk mempermudah pembayaran jika sedang tidak memegang uang cash.

5. Faktor Lingkungan (*Environment*)

Faktor lingkungan yang mempengaruhi operasional TB. Bintang Jaya saat ini adalah pandemi Covid-19 yang masih berlanjut sampai sekarang ini, munculnya pandemic menyebabkan terhentinya kegiatan di beberapa industri, hal ini menjadi ancaman bagi masa yang akan mendatang.



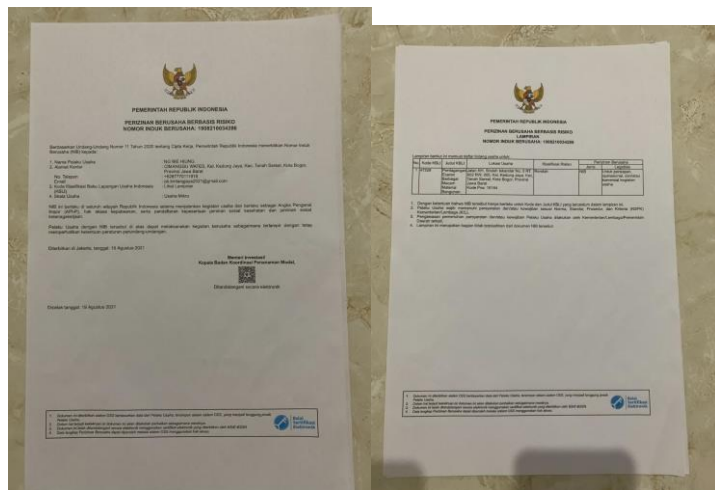
Kondisi pandemic Covid-19 membawa perubahan pasar baru yang pesat dalam penggunaan teknologi yang membuat semua orang membeli barang secara online, hal ini juga berlaku terhadap barang, dalam konteks ini yakni bahan bangunan, sehingga adanya perubahan ke arah teknologi ini menjadi peluang meningkatnya penjualan melalui metode daring, hal ini berpengaruh pada semakin beragamnya demografi dan peningkatan eksposur pasar kedepannya.

6. Faktor Hukum (Legal)

Faktor legal adalah peraturan yang di waibkan pemerintah bagi suatu usaha / bisnis. Legalitas adalah suatu kebtuhan untuk mencegah terjadinya hal -hal yang tidak diinginkan selama usaha beroperasi. Legalitas yang dibutuhkan adalah SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) dan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) untuk memenuhi syarat terbentuknya suatu usaha.

Gambar 3.2

Nomor Induk Berusaha (NIB) TB. Bintang Jaya



Sumber : Penulis

Tabel 3.2 Identifikasi PESTEL



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

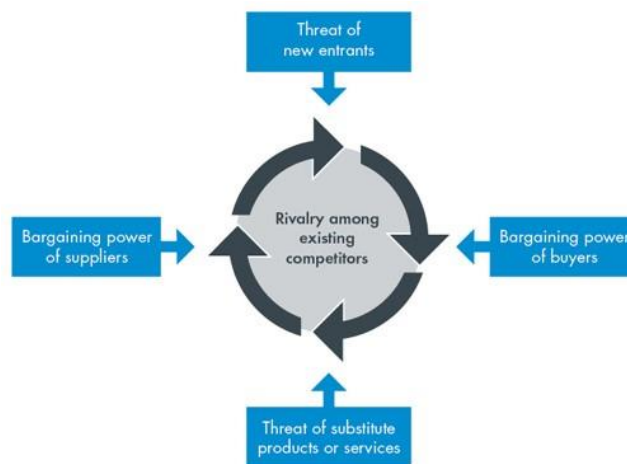


	Political	Economic	Social	Technology	Enviroment	Legal, Law, Regulator
1.	Ketidakstabilan politik akibat pemilu 2019	Kenaikan daya beli masyarakat akibat pemulihan kondisi ekonomi	Meningkatnya permintaan karena pertumbuhan keluarga millenial yang membutuhkan tempat tinggal	Penerapan teknologi yang berpengaruh positif terhadap operasional & keuangan toko	Pandemi Covid-19 yang masih belum tahu kapan usainya	Kemudahan perizinan usaha

3.4 Analisa Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter Five Force Model)

Gambar 3.3

Komponen Kekuatan Persaingan Model Porter



Sumber: Sis.binus.ac.id

Lingkungan industri merupakan aspek yang penting untuk melakukan analisis dan mengidentifikasi pesaing untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, dan tujuan yang dimiliki oleh pesaing demi keberhasilan strategi dan tujuan yang telah ditetapkan usaha. Menurut Porter dalam David (2009), keadaan persaingan dalam suatu bidang usaha

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



bergantung pada lima kekuatan persaingan pokok yaitu ancaman pendatang/pesaing baru, daya tawar pemasok, daya tawar konsumen, ancaman produk pengganti, dan persaingan antar usaha

pesaing

Untuk menganalisis lima kekuatan persaingan pokok tersebut serta untuk menganalisis pengaruh lingkungan industri terhadap suatu usaha, maka Michael Porter mengembangkan Permodelan 5 kekuatan Porter (*Porter 5 Forces Model*). Analisis lima kekuatan persaingan model porter dari TB. Bintang Jaya akan dijelaskan sebagai berikut :

A. Ancaman Pendatang Baru

Persaingan akan semakin tinggi disaat datangnya pendatang baru yang memasuki sebuah pasar atau industri dengan mudah. Industri property termasuk dalam industri yang lumayan mudah dimasuki karena sedang banyaknya pembangunan dan permintaan terhadap bahan bangunan. Sebagian besar toko bangunan pasti mempunyai saingan dengan yang sekala besar maupun sekala kecil. Berkembangnya jumlah pesaing dapat menjadi ancaman untuk TB. Bintang Jaya, sehingga TB. Bintang Jaya harus benar benar membuat rencana untuk kedepannya.

B. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok tentu dapat mempengaruhi intensitas persaingan dalam suatu industri, terlebih lagi disaat terdapat sejumlah besar pemasok yang ada di pasar, atau ketika hanya terdapat sedikit bahan baku yang berkualitas baik. Pemasok memiliki kepentingan untuk mendapatkan keuntungan jangka Panjang dengan cara saling membantu dengan menetapkan harga jual yang wajar dan masuk akal, kualitas yang baik

Daya tawar pemasok memiliki posisi tawar menawar yang beragam. Apabila perusahaan mempunyai beberapa pemasok bahan baku jual, maka kedudukan perusahaan akan



lebih kuat dibandingkan dengan pemasok, sehingga tidak dapat memberikan ancaman terhadap perusahaan. Namun apabila perusahaan hanya bergantung kepada satu pemasok maka kedudukan pemasok akan menjadi kuat dan bisa menimbulkan ancaman kepada perusahaan.

Disaat menjalankan sebuah usaha TB. Bintang Jaya bekerja sama dengan beberapa pemasok tentunya terpercaya dan memiliki kualitas barang yang bagus. TB. Bintang Jaya memiliki pemasok yang lumayan banyak sehingga dapat memilih alternatif pemasok lain juga harga disaat pemasok mulai tidak stabil. Dengan banyaknya pemasok membuat daya tawar tidak terlalu berpengaruh terhadap ancaman TB. Bintang Jaya

C. Daya Tawar Konsumen

Ketentuan daya tawar konsumen dipengaruhi oleh jumlah pembeli, daya tawar konsumen merupakan aspek kekuatan paling penting yang dapat mempengaruhi keunggulan TB. Bintang Jaya. Konsumen TB. Bintang Jaya merupakan individu baik pedagang, tukang, dan kontraktor.

Konsumen utama TB, Bintang Jaya merupakan pengrajin list gypsum dan kontraktor dikarenakan mereka akan membeli barang dengan jumlah yang banyak dalam satu kali pemesanan. Menurut penilaian TB, Bintang Jaya, daya tawar pembeli tergolong tinggi karena pesaing lain tidak menyediakan barang yang serupa dan kecepatan pelayanan yang berbeda pembeli juga sangat sensitif terhadap harga yang di tawarkan oleh pesaing lainnya.

D. Ancaman Produk Substitusi

Ancaman yang muncul akibat adanya produk pengganti akan terjadi kapan saja bagi perusahaan. Produk pengganti akan muncul ketika permintaan tren suatu produk naik, disaat munculnya produk pengganti akan muncul batasan keuntungan. Semakin banyak keunggulan dari suatu produk pengganti akan membahayakan produk sebelumnya



Sekarang ini untuk produk bahan bangunan belum ada produk pengganti bahan bangunan tetapi jika bahan bangunan ada. Seperti batako dengan habel banyak orang sekarang membeli habel dikarenakan harganya yang lebih murah dan lebih gampang pemasangannya karena sekarang sudah ada semen khusus habel yang cepat kering dan pemasangan akan memakan waktu yang singkat.

E. Persaingan Antar Perusahaan Pesaing

Persaingan antar perusahaan saingan merupakan kekuatan yang paling berpengaruh dari lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan akan berhasil sejauh strategi tersebut memiliki kekuatan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Perubahan dalam strategi oleh suatu perusahaan sering di tanggapi dengan langkah balasan dari pesaing, seperti : peningkatan kualitas barang, penurunan harga, dan penyediaan layanan. Persaingan dalam penjualan bahan bangunan berdasarkan akan semakin meningkat tiap tahunnya. Hal ini disebabkan meningkatnya jumlah toko perseorangan atau kelompok di lingkungan sekitar. Bertampahnya perusahaan baru akan membuat kelompok baru dan semakin setaranya jumlah produksi yang dilakukan perusahaan – perusahaan yang tergabung dalam kelompok tersebut. Pesaing utama TB. Bintang Jaya adalah toko yang menjual barang serupa di kota Bogor, memiliki target pasar yang sama yaitu individu maupun pemborong.

Sekarang ini banyak perumahan baru bermunculan di setiap daerah dan naiknya bahan baku yang kualitasnya bagus dan harga yang terjangkau. Dengan adanya pembangunan perumahan dimana – mana tentu saja menguntungkan bagi pengusaha tetapi seiring berjalannya waktu banyak toko yang berjalan diranah *online* yang menyebabkan toko *offline* mengalami penurunan penjualan. Keuntungan penjualans secara *online customer* tidak perlu keluar rumah tetapi kelemahan berjualan secara *online customer* tidak bisa melihat barangnya

secara langsung dan hanya melihatnya lewat foto dan ulasan *customer* lainnya. Dikarenakan hal tersebut TB. Bintang Jaya menerapkan toko *offline* dan *online*.

3.5 Analisa Faktor-Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix*)

Menurut (David, Fred 2013:113), analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM) merupakan sebuah alat manajemen strategi yang digunakan untuk mengidentifikasi (mengenali) pesaing-pesaing utama perusahaan beserta kekuatan dan kelemahan spesifik dalam hubungan analisa letak posisi strategis perusahaan dalam industri. Matrix dapat membantu perusahaan dalam membandingkan keunggulan tiap perusahaan. Analisis CPM menggunakan sistem bobot dan rating pada setiap faktor yang merupakan kunci yang paling penting bagi kesuksesan perusahaan, kemudian rating digunakan untuk menggambarkan kondisi strategis perusahaan terhadap pesaing lainnya.

Kunci strategis adalah sebuah faktor yang menjadi acuan untuk dapat meningkatkan keuntungan dari kelebihan yang perusahaan miliki agar daya saing perusahaan dapat meningkat dan tujuan perusahaan dapat dipercayai. Berikut ini adalah penelitian faktor strategis yang akan digunakan TB. Bintang Jaya dalam perbandingan kekuatan dan kelemahan dengan pesaing, yakni sebagai berikut :

1. Disamping mengutip sebagian atau seluruh karya tulis inampa mencantumkan dan menyertakan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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





Tabel 3.3

Competitive Profile Matrix TB. Bintang Jaya

Key Success factor	bobot	TB. Bintang Jaya		Mitra 10		Agung Jaya	
		score	wheight	score	wheight	score	wheight
Variasi Produk	0,15	3	0,45	4	0,60	3	0,45
Harga Produk	0,15	4	0,58	3	0,44	2	0,29
Kualitas	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Kemasan	0,13	3	0,40	3	0,40	3	0,40
Lokasi	0,15	3	0,45	3	0,45	2	0,30
Tampilan Produk	0,14	3	0,41	3	0,41	3	0,41
Merk	0,14	2	0,27	4	0,54	2	0,27
Total	1,00		3,01		3,29		2,57

Sumber : Hasil Survei, 2022

Keterangan

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

Berdasarkan hasil perhitungan pada table 3.3, bisa dilihat bahwa peringkat pertama ditempati oleh Mitra 10 sedangkan untuk peringkat kedua dan ketiga ditempati oleh TB. Bintang Jaya dan Agung Jaya. Meskipun TB. Bintang Jaya menempati posisi kedua dalam hasil analisis, angka-angka tersebut hanya menggambarkan kelemahan yang ad ajika perlu dan penting atau mempertahankan keunggulan karena sudah mengungguli pesaingnya.

Hak Milik dan Informasi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal & Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT merupakan analisis untuk Menyusun faktor-faktor strategis yang dimiliki perusahaan untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT digunakan untuk menentukan kekuatan dan peluang yang dapat digunakan untuk meingkatkan kelebihan perusahaan serta kelemahan dan ancaman yang dapat ditingkatkan dikemudian hari. Beberapa strategi yang dapat dirumuskan melalui analisi SWOT, yakni :

A. Strategi *Strength Threat*

Strategi ini merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan saat perusahaan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.

B. Strategi *Weakness Oportunities*

Strategi *Weakness* merupakan strategi perusahaan untuk memperbaiki kelemahan dalam internal perusahaan dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal yang tersedia.

C. Strategi *Strength Opportunities*

Strategi ini merupakan strategi perusahaan untuk megunakan kekuatan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang dihadapi oleh perusahaan.

D. Strategi *Weakness Threat*

Strategi *Weakness Threat* merupakan strategi untuk bertahan yang bertujuan untuk meminimalisir kelemahan internal serta menghindari anacaman eksternal yang dapat menjadi ancaman bagi perusahaan.





Berdasarkan analisis pesaing, analisis PESTEL, analisis lima kekuatan persaingan model porter (*Porter Five Force Model*), dan analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM),

TB. Bintang Jaya memiliki kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dijabarkan sebagai berikut :

Aspek-aspek yang ditinjau untuk mengidentifikasi faktor internal meliputi aspek Management, Marketing, Finance/Accounting, Research And Development, dan Production/Operation.

A. Kekuatan

Kekuatan diambil dari analisis *Competitive Profile Matrix*.

1. Variasi produk yang ditawarkan
2. Harga produk yang terjangkau dan dapat bersaing dibandingkan pesaing
3. Kualitas produk yang dijual sangat baik
4. Kemasan yang baik
5. Lokasi usaha yang strategis
6. Tampilan usaha yang bagus

B. Kelemahan

Kelemahan diambil dari analisis *Competitive Profile Matrix*.

1. Merek yang belum banyak dikenal oleh orang

C. Peluang

Peluang diambil dari analisis PESTEL.

1. Bidang yang ditekuni oleh perusahaan mengalami kenaikan.
2. Mendapat dukungan dari pemerintah untuk perusahaan lokal, seperti toko bangunan.



D. Ancaman

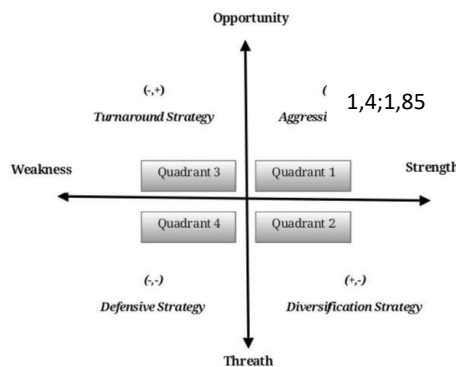
Ancaman diambil dari analisis *Porter Five Force Model*

1. Perubahan strategi dari para pesaing, sehingga mampu mengancam posisi perusahaan di pasaran.
2. Kurangnya minat perbankan untuk membiayai industri yang telah ditekuni oleh perusahaan.
3. Perkembangan teknologi diluar batas kemampuan perusahaan yang mana di sini terlalu cepat di pasaran, sehingga dapat menyebabkan perusahaan nantinya terlambat dalam mengadopsi.

Gambar 3.5

S.W.O.T *Quadrant* TB. Bintang Jaya

Diagram Analisis S.W.O.T



Sumber Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Strategi yang dapat dihasilkan berdasarkan analisis S.W.O.T sebagai berikut :

1. Strategi SO

Strategi pertama yang dilakukan oleh TB. Bintang Jaya, yakni memperluas area pemasaran dan distribusi usaha agar semakin berkembang dan penjualan meningkat.

2. Strategi WO

Menjadi dropshipper dari bahan bangunan. Sistem dropshipper berarti adalah pabrik mengirimkan langsung produk pesanan konsumen dalam jumlah besar langsung ke konsumen akhir dengan menggunakan surat jalan dari TB. Bintang Jaya tanpa produk tersebut distock terlebih dulu dan dikirimkan oleh TB. Bintang Jaya. Strategi ini dapat menghemat biaya transportasi dan biaya penyimpanan serta mengurangi risiko kerusakan dan retur.

3. Strategi ST

Strategi ini difokuskan untuk menghadapi persaingan usaha toko bangunan yang ketat, sehingga dengan adanya strategi ST berupa divisi subkontraktor, selain menjual bahan bangunan TB. Bintang Jaya dapat menawarkan jasa berupa jasa tukang atau jasa memasang keramik atau ornamen rumah lainnya sehingga menjadi nilai tambah bagi konsumen.

4. Strategi WT

TB. Bintang Jaya dapat menggunakan Instagram sebagai etalase toko di internet, kemudian untuk berinteraksi dengan pelanggan yang ingin berkonsultasi dapat dilakukan dengan menggunakan DM dan jika ingin berbicara langsung dapat menggunakan media video call whatsapp serta zoom. Hal ini bermanfaat untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efisiensi dan efektifitas jalannya usaha.

Hasil Analisa S.W.O.T yang telah dilakukan untuk mendapatkan strategi perusahaan dijabarkan melalui matriks S.W.O.T sebagai berikut :





Tabel 3.4

Matriks S.W.O.T TB. Bintang Jaya

<p>Internal</p> <p>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dirang mengutip sebagian atau seluruh karya tu ini tanpa menuliskan sumbernya.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>Kekuatan (Strength)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Variasi produk yang ditawarkan. 2. Harga produk yang terjangkau dan dapat bersaing dibandingkan pesaing. 3. Kualitas produk yang dijual sangat baik. 4. Kemasan yang Baik 5. Lokasi usaha yang strategis 6. Tampilan usaha yang bagus 	<p>Kelemahan (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Merek yang belum banyak dikenal oleh orang
<p>Eksternal</p> <p>Peluang (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bidang yang ditekuni oleh perusahaan mengalami kenaikan. 2. Mendapat dukungan dari pemerintah untuk perusahaan lokal, seperti toko bangunan. 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas area pemasaran dan distribusi toko (S1, S2, S3, S4, S5, O1) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi dropshipper bahan bangunan grosir. (W1, O2)
<p>Ancaman (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan strategi dari para pesaing, sehingga mampu mengancam posisi perusahaan di pasaran. 2. Kurangnya minat perbankan untuk membiayai industri yang telah ditekuni oleh perusahaan. 3. Perkembangan teknologi diluar batas kemampuan perusahaan yang mana di sini terlalu cepat di pasaran, sehingga dapat menyebabkan perusahaan 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat divisi subkontraktor (S6, T3) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mendorong aplikasi teknologi untuk pemasaran usaha. (T1)

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

nantinya terlambat dalam mengadopsi.		
--------------------------------------	--	--

© 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.

