KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Gambaran ke depan tentu sangat di perlukan untuk menujang bisnis apa yang akan di jalankan. Selain itu juga dapat memberikan gambaran akan kemungkinan risiko risiko yang akan di hadapi kedepannya, bagaimana meminimalisir risiko tersebut dan solusi yang harus diambil. Sehingga secara tidak langsung dapat memberikan gambaran akan proyeksi proyeksi apa yang harus di lakukan oleh para pelaku usaha.

Dalam era globalisasi ini, banyak terjadi persaingan bisnis yang dapat kehancuran beberapa industri lokal. Akan tetapi, industri otomotif atau motor bekas tidak pernah terhenti/mati karena motor bekas terus menerus dibutuhkan dalam menunjang aktivitas sehari-hari.

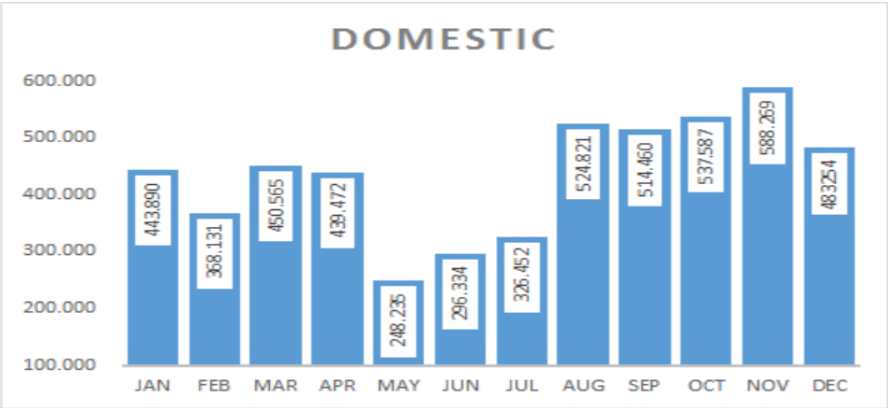
Peningkatan jumlah penduduk yang ada dari tahun ke tahun juga meningkatkan kebutuhan akan motor bekas dimasyarakat. Peningkatan kebutuhan konsumsi motor bekas ini menyebabkan peningkatan dalam permintaan konsumsi akan pengadaan motor bekas sehingga mempengaruhi tren dimotor bekas.

Dalam gambar 3.1, dapat disimpulkan penjualan motor di Indonesia sangat banyak. Hal ini menjadi peluang bagi KAE MOTOR, dengan banyaknya penjualan motor di Indonesia ini, maka disisi variasi otomotif akan berpengaruh positif dikarenakan penjualan motor di Indonesia meningkat. KAE MOTOR memiliki segmen dimana konsumen yang tidak ingin menunggu motor indent, ataupun yang tidak ingin membeli motor baru dapat beralih ke motor bekas yang kualitasnya masih sangat layak untuk digunakan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Gambar 3.1

Penjualan Motor di Indonesia



Sumber: https://www.aisi.or.id/statistic/

B. Analisis Pesaing

Analisis pesaing merupakan proses mengidentifikasi pesaing utama, dengan menilai tujuan mereka yaitu strategi, kekuatan dan kelemahan, dan pola pikir reaksi serta memilih mana pesaing yang akan menyerah atau menghindar.

Pesaing merupakan faktor yang mempengaruhi keberlangsungan bisnis yang akan di jalankan. Analisis pesaing dilakukan sebagai upaya untuk keunggulan dan kelemahan apa yang dimiliki pesaing sejenis sehingga para pelaku usaha dapat memanfaatkan kelemahan yang ada menjadi sebuah peluang agar dapat mampu bersaing dengan usaha sejenis dan bagaimana cara dapat memiliki keunggulan untuk dapat bersaing “KAE MOTOR” direncanakan akan dibuka di Sunter, Jakarta utara. Sebagai segmen motor bekas yang akan dijual penulis menentukan tiga pesaing utama dari “KAE MOTOR” antara lain:

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Tabel 3.1

Analsis Pesaing KAE MOTOR

Nama	Kekuatan	Kelemahan
Prihata Motor Berlokasi di Jalan Hj Saaba komplek unilever blok b1 no 37 meruya selatan Jakarta barat	1. varian motor yang cukup beragam. 2. Memiliki lokasi *Showroom* yang strategis. 3. Memiliki banyak marketing yang baik dalam memasarkan.	1. Harga motor yang cukup tinggi. 2. Kualitas barang tidak selalu yang sangat baik.
Antara Motor Kalisari Berlokasi di Jl. Kalisari Asri No.13 Kelurahan Kalisari – Kecamatan Pasar Rebo - Jakarta Timur	1. Memiliki pelayanan yang terbaik bahkan setelah penjualan. 2. Proses pemasaran yang cukup baik dengan menggunakan media youtube.	1. Memiliki sedikit stock sehingga tidak terlalu banyak pilihannya. 2. Lokasi *Showroom* yang kurang memadai untuk stock banyak.
KJV MotoStart Berlokasi di KJV MotoStart Kelapa Dua, Jakarta	1. Memiliki lokasi yang sangat lapang 2. Stock motor banyak dan memiliki banyak motor premium. 3. Memiliki kualitas motor yang sangat baik.	1. Kurangnya ramah nya pelayanan yang diberikan oleh karyawan. 2. Pelayanan setelah penjualan tidak terlalu diberikan. 3. Harga motor yang tergolong tinggi.

Sumber: KAE MOTOR

Ketiga pesaing ini merupakan pesaing langsung bagi KAE MOTOR. Karena produk yang dijual merupakan produk serupa dengan KAE MOTOR.

C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan suatu alat untuk menganalisis baik dari lingkungan internal maupun eksternal. Hal ini perlu dilakukan agar perusahaan dapat mengerti ‘gambaran besar’ dari sebuah lingkungan tempat sebuah perusahaan beroperasi.

1. *Politic* (Politik)

Kondisi politik di Indonesia yang tidak stabil mengakibatkan daya beli konsumen menurun. Sehingga terhadap produk KAE MOTOR juga ikut terpengaruh dengan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

ketidakstabilan kondisi politik di Indonesia. Faktor politik bagi KAE MOTOR adalah sangat penting.

Secara khusus faktor-faktor politik yang dimaksud ialah kebijakan pemerintah mengenai pajak. Ketika pemerintah menurunkan beban pajak otomatis harga akan turun. Sedangkan jika pemerintah menaikkan pajak pasti harga akan naik. Hal ini sangat berpengaruh terhadap bisnis KAE MOTOR. Pajak berpengaruh terhadap keinginan seseorang memiliki motor. Jika pajak kendaraan rendah akan semakin banyak orang yang akan beli motor. Sebaliknya, jika pajak kendaraan naik orang bahkan akan mengurangi kepemilikan jumlah kendaraan bermotor. Apalagi saat ini sudah diterapkannya pajak progresif yang ditetapkan berdasarkan kartu keluarga sehingga motor ke dua dan seterusnya akan memiliki besaran pajak yang lebih besar.

Dalam hal ini faktor politik tergolong tinggi terhadap KAE MOTOR, maka faktor politik bisa **menjadi ancaman untuk KAE MOTOR karena kebijakan pemerintah mengenai pajak kendaraan bermotor.**

2. Ekonomi

Masyarakat yang belum mempunyai kendaraan pribadi memutuskan untuk membeli motor bekas karena harganya lebih terjangkau. Namun sering kali motor bekas yang dibeli konsumen tidak sesuai harapan. Tidak sedikit kasus motor bekas yang baru dibeli, sudah dirawat dibengkel karena muncul berbagai persoalan. Biaya pun akhirnya membengkak dan justru malah merugikan. Dalam hal ini pengaruh ekonomi terhadap KAE MOTOR tergolong tinggi. Faktor ekonomi **menjadi ancaman bagi KAE MOTOR untuk memasarkan produknya.**

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

3. Sosial

Faktor sosial sangat berpengaruh bagi usaha KAE MOTOR, jika minat terhadap motor bekas positif maka KAE MOTOR akan berpengaruh ke arah yang positif. Dalam hal ini, faktor sosial bisa menjadi peluang untuk KAE MOTOR karena bertambahnya jumlah kendaraan motor dan minat yang tinggi terhadap motor bekas yang akan menjadi target pasar KAE MOTOR.

Seperti halnya, Indonesia sedang mengalami bonus demografi. Kebutuhan masyarakat akan alat transportasi semakin meningkat, untuk itu masyarakat memiliki kendaraan motor pribadi guna membantu aktivitasnya. Meningkatnya jumlah kendaraan motor di Indonesia, menjadi kesempatan bagi KAE MOTOR untuk memasarkan produknya lebih luas. Dalam hal ini faktor sosial terhadap KAE MOTOR tergolong rendah. Faktor sosial **menjadi peluang bagi KAE MOTOR, karena adanya bonus demografi di Indonesia.**

4. Teknologi

Pada era saat ini, teknologi semakin maju dan berkembang sehingga hal ini mengharuskan banyak perusahaan untuk terus meningkatkan atau meng-upgrade teknologi yang telah digunakan perusahaan tersebut apabila tidak mau kalah bersaing dari para pesaingnya yang telah menggunakan teknologi tercanggih dan moderen saat ini. Teknologi yang dapat berguna dalam bisnis *Showroom* motor bekas antara lain seperti *scanner motor*. *Scanner* adalah suatu alat yang digunakan untuk men-scan suatu motor yang sudah dilengkapi dengan suatu sistem EFI (*elektric full injection*) dengan cara mendapatkan data dari ECU suatu motor tersebut dan ditampilkan di layar *scanner* itu sendiri. *Engine scanner* merupakan *scan*/analisa mesin injeksi yang berfungsi untuk mencari kerusakan pada mesin injeksi dengan cara membaca data dari ECU unit, untuk

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

kecepatan scan tentu jauh lebih cepat dari berfikir dengan otak manusia karena *engine scanner* membaca data eror yang di kirim ECU unit dengan cepat.

Selain itu alat ini berfungsi untuk mengecek segala teknologi yang ada didalam motor tersebut seperti airbag, kelistrikan dan lain nya sehingga alat ini dengan mudah menemukan segala jenis masalah yang ada didalam motor tersebut dengan tanpa membongkar dan cukup saja mengdiagnosa kerusakan yang terjadi didalamnya. Dalam hal ini faktor teknologi terhadap KAE MOTOR tergolong rendah. Faktor teknologi bisa **menjadi peluang bagi perusahaan, karena dengan adanya teknologi dapat membantu kegiatan operasional KAE MOTOR.**

5. Lingkungan

Faktor lingkungan mempengaruhi berlangsungnya bisnis KAE MOTOR terutama dalam penempatan lokasi usaha. Lokasi usaha harus mendukung bagaimana kondisi lingkungan sekitar agak sukses dan berkembang. Seiring dengan perkembangan zaman, jika ingin membeli motor di suatu *Showroom* motor bekas, konsumen harus datang ke lokasi *Showroom* motor bekas itu.

Tetapi pada era saat ini, jika ingin membeli motor bekas di *Showroom*, konsumen cukup melihat dari internet dengan mengakses beberapa marketplace yang ada saat ini seperti olx.co.id, Facebook.com untuk mendapatkan info spesifikasi dan kondisi dari motor yang tersedia di *Showroom* motor bekas tersebut barulah setelah memilliki ketertarikan konsumen datang untuk mengecek kondisi kendaraan dan kemudian bertransaksi. Dalam hal ini faktor lingkungan terhadap KAE MOTOR tergolong rendah. **Faktor Lingkungan tidak menjadi ancaman bagi KAE MOTOR.**

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

6. Legal atau Hukum

Adanya hukum yang ada di Indonesia, membuat KAE MOTOR harus mengikuti peraturan hukum yang ada. Menaati hukum yang berlaku sama dengan mendukung Pemerintah menjadi lebih baik lagi. Peraturan dari pemerintah berpengaruh besar kepada KAE MOTOR.

Dalam Undang-undang Nomor 22 tahun 2009 tentang lalu lintas dan angkutan jalan Pasal 50 mensyaratkan bahwa "setiap kendaraan yang dilakukan modifikasi dengan mengakibatkan perubahan tipe maka diwajibkan untuk dilakukan Uji Tipe". Konsumen yang membeli motor bekas di KAE MOTOR, tidak perlu merubah kondisi motor tersebut, Baik secara tipe dimensi mesin, daya angkut, ataupun badan tipe motor. KAE MOTOR ini sudah memperbaiki dan mengembalikan part seperti original bawaan motor dari dealer, dimana hal ini tidak merubah dimensi mesin dan body motor tersebut. Dalam hal ini faktor hukum terhadap KAE MOTOR tergolong rendah. Faktor hukum bisa **menjadi peluang bagi KAE MOTOR, karena KAE MOTOR tidak merubah dimensi ataupun bentuk dari badan motor itu sendiri.**

D. Model Lima Kekuatan Persaingan Model Porter

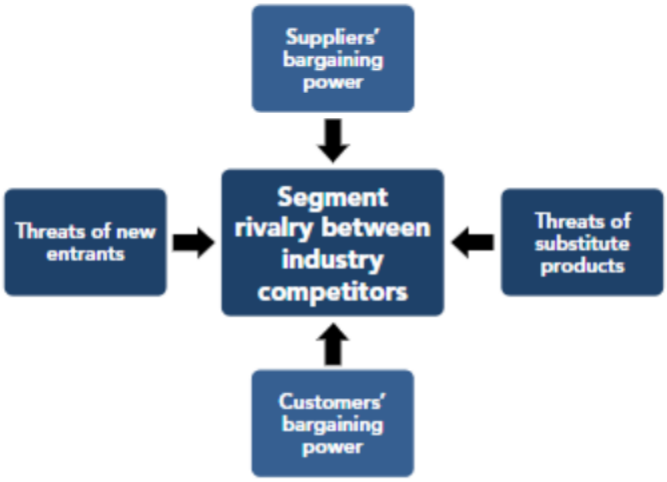
Suatu kerangka kerja untuk menganalisis industri dan pengembangan strategi bisnis yang dikembangkan oleh Michael Porter. Berikut ini adalah gambar serta penjelasan Analisis lima kekuatan persaingan(Porter Five Forces Business Model).

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Gambar 3.2

Model poster's five force



Sumber: Team FME, Porter's Five Forces - Strategy Skills.

1. Kekuatan Pemasok

Pemasok motor bekas tergolong mudah ditemui. Karena di daerah jabodetabek banyak pemasok motor bekas, salah satunya adalah lelang motor. Kekuatan pemasok KAE MOTOR tergolong rendah yaitu mudah ditemukan, hal ini **menjadi peluang produk bagi KAE MOTOR.**

2. Ancaman dari Pendatang Baru

Tentu ancaman pendatang baru ini cukup tinggi untuk KAE MOTOR karena pendatang baru ini memberikan harga yang ada dibawah *Showroom* seperti KAE MOTOR dan lainnya, namun ini dapat diatasi karena dalam prosesnya pasti berbeda seperti *Showroom* rumahan biasa tidak menyediakan kredit dan KAE MOTOR menyediakan kredit juga terkadang *stock* yang dimiliki pedagang rumahan terbatas sehingga ini menjadi kelebihan yang ada pada KAE MOTOR untuk mengatasi adanya ancaman pendatang baru. Maka hal ini **menjadi peluang bagi KAE MOTOR untuk terhindar dari ancaman pendatang baru.**

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

3. Ancaman Barang Pengganti

Seiring berjalannya waktu bermunculannya berbagai merek dari motor listrik. Ada beberapa faktor bertumbuhnya ragam produk motor listrik pada tahun 2023 ini. Seperti kenaikan harga minyak dunia, dukungan regulasi pajak kendaraan rendah emisi, hingga kesadaran masyarakat Indonesia yang mulai meningkat akan kendaraan ramah lingkungan. Tak hanya itu, motor listrik juga punya performa yang baik bila dibandingkan dengan motor bermesin konvensional. Biaya operasional motor listrik tersebut juga bahkan lebih murah dibanding membeli bensin satu liter. Maka hal ini **menjadi ancaman bagi KAE MOTOR karena kemunculan motor listrik di indonesia.**

4. Persaingan Perusahaan Sejenis

Perusahaan yang menjual motor bekas di Jakarta dan sekitarnya tergolong tinggi. Dikarenakan motor bekas ini mudah dicari oleh calon pesaing. Mengakibatkan persaingan perusahaan sejenis tergolong tinggi, maka hal ini **menjadi ancaman bagi KAE MOTOR.**

5. **Kekuatan Pembeli**

Daerah Jakarta memiliki kurang lebih 20 pesaing yang menjual motor bekas yang serupa, dimana masing-masing pesaing menargetkan pasar di daerah Jakarta. KAE MOTOR memiliki target memasarkan dan menjual motor bekas di daerah Jakarta. Daya beli konsumen untuk daerah Jakarta tergolong tinggi. **Hal ini menjadi ancaman bagi KAE MOTOR, karena memiliki pesaing di pasar Jakarta.**

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

E. Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix*)

CPM adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasikan para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki. Berikut adalah analisis CPM dari KAE MOTOR yang dapat dilihat pada Tabel 3.2 dan tabel 3.3.

Tabel 3.2

Bobot Faktor Kunci Sukses

Faktor Kunci Sukses	Responden	Perhitungan	Bobot
Kondisi motor bekas yang dijual	37	(37/173)*100%	0.213
Harga	35	(35/173)*100%	0.207
Varian jenis motor	34	(34/173)*100%	0.187
Jenis pembayaran	32	(32/173)*100%	0.183
Promo yang di berikan	35	(35/173)*100%	0.209
Total	**173**		**1.00**

Sumber: KAE MOTOR

Tabel 3.3

Competitive Profile Matrix KAE MOTOR

Faktor Penentu Keberhasilan	Weight	KAE MOTOR		Prihata Motor		KJV MotoStart	
		Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor
Kondisi Motor Bekas Yang Dijual	0.213	4	0.853	4	0.853	4	0.853
Harga	0.207	3	0.424	3	0.424	4	0.565
Varian jenis Motor	0.187	3	0.747	3	0.560	4	0.560
Jenis Pembayaran	0.183	3	0.550	3	0.550	2	0.367
Promo Yang Diberikan	0.209	3	0.627	3	0.627	4	0.836
Total	**1.00**		**3.571**		**3.006**		**3.159**

Sumber : KAE MOTOR

Setiap *Critical Succes Factor* memiliki bobot (*weight*) masing-masing, dimana bobot yang bernilai paling tinggi merupakan *factor* yang paling penting dalam menunjang keberhasilan perusahaan. Angka bobot yang tercantum dalam tabel 3.2 diatas diperoleh dari hasil survey kuesioner terhadap 52 responden yang berprofesi sebagai mahasiswa, pegawai/karyawan dan wiraswasta dengan rentang usia 17 tahun sampai dengan 50 tahun

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

keatas. Dari hasil Analisa CPM pada tabel 3.2, KAE MOTOR secara keseluruhan lebih unggul dari antara dua pesaingnya, Varian motor yang di tawarkan dan jenis pembayaran yang di berikan KAE MOTOR menjadi keunggulan yang ada ketimbang kedua pesaingnya. Namun dari beberapa faktor lain yang ada KAE MOTOR masih kalah dibandingkan dengan pesaingnya, seperti promo yang di berikan. Pada Tabel 3.2, dapat dilihat bahwa KAE MOTOR lebih unggul dari para pesaingnya dengan total perolehan nilai 3.571 yang berarti KAE MOTOR memiliki peluang baik untuk bersaing. Hasil analisa CPM yang rendah tidak menjadi penentu utama suatu bisnis lebih buruk dibandingkan dengan pesaingnya, karena angka-angka pada tabel analisa CPM hanya menggambarkan bahwa setiap bisnis memiliki kekuatan dan kelemahan yang berbeda-beda. Berikut adalah penjelasan dari para pesaingnya berdasarkan tabel 3.2 diatas dapat disimpulkan bahwa ada kelemahan dan kelebihan yang ada dalam setiap baik KAE MOTOR, Prihata Motor dan KJV MotoStart.

Tabel *Competitive Profile Matrix* (CPM) diatas terdiri dari *critical success factor, weight, rating, dan score*. Dimana *critical success factor* adalah kriteria faktor yang menunjang sukses atau tidaknya suatu bisnis. *Weight* adalah bobot dari masing masing faktor sukses suatu bisnis, bobot ini harus total berjumlah satu. Nilai tertinggi bobot diartikan bahwa faktor tersebut lebih besar pengaruhnya dari pada faktor yang lain. Rating ditunjukkan pada nilai 1 sampai 4. Dimana peringkat 4 merupakan kekuatan utama atau mayor, peringkat 3 merupakan kekuatan minor, peringkat 2 merupakan kelemahan minor, dan peringkat 1 merupakan kelemahan utama atau mayor. *Score* adalah hasil perkalian dari bobot dikali dengan rating. Jumlah *score* yang paling besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut lebih unggul dibanding perusahaan saingan. Berikut adalah posisi KAE MOTOR dari pesaing berdasarkan Tabel 3.2.

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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Kondisi Motor Bekas Yang Dijual

Faktor sukses yang pertama dari sebuah *Showroom* adalah kondisi motor yang dijual oleh masing-masing *Showroom*. Kondisi motor memiliki bobot 0,213 dari 1. KAE MOTOR mendapatkan nilai 4 sementara Prihata Motor bernilai sama yakni mendapat nilai 4 dan KJV MotoStart mendapatkan nilai sama pula yaitu 4. KAE MOTOR, Prihata Motor dan KJV MotoStart memiliki nilai yang sama karena kondisi motor yang diberikan hampir sama. Sedangkan motor yang dijual KAE MOTOR memiliki penilaian yang sama karena rata-rata motor yang dijual memiliki kesamaan yakni memiliki kondisi motor standar pada umumnya.

2. Harga

Faktor kedua adalah harga yang diberikan oleh masing-masing *Showroom*. Harga memiliki bobot 0,207 dari 1. Harga yang diberikan KAE MOTOR memiliki *value for money* yang baik sehingga mendapat rating paling tinggi yaitu 3. Sedangkan pesaingnya memiliki rating yang sama yaitu pada Prihata Motor, sedangkan untuk KJV MotoStart memiliki rating yang lebih tinggi yakni 4.

3. Varian Jenis Motor Yang Diberikan

Faktor ketiga tertinggi setelah kondisi motor dan harga adalah varian jenis motor yang diberikan. KAE MOTOR mendapatkan nilai 4 dimana ini tentunya lebih tinggi dan unggul ketimbang kedua pesaingnya. Sedangkan untuk Prihata Motor memiliki nilai sama yaitu 3 karena memiliki varian yang juga terbatas tentu ini menjadi keunggulan yang baik untuk KAE MOTOR ini disebabkan karena KAE MOTOR bermain disegmen motor biasa (motor kacang) maupun motor mewah.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

4. Pilihan Jenis Pembayaran

Faktor yang ke empat adalah pilihan jenis pembayaran. KAE MOTOR memilki nilai yang berbeda yakni 3 karena di KAE MOTOR demi menunjang penjualan yang baik dengan menonjolkan pilihan jenis pembayaran yang ada, dengan berbagai pilihan bank dan leasing yang sangat menunjang serta dengan proses pembayaran berbagai metode. Sedangkan untuk Prihata Motor juga memiliki nilai 3 karena Prihata Motor juga sudah cukup lengkap proses pembayatan yang ada. Sedangkan untuk KJV MotoStart hanya memiliki nilai 2 dikarenakan KJV MotoStart hanya menyediakan pilihan jenis pembayaran cas dan kredit juga namun untuk kredit hanya menggunakan leasing dan tidak bank.

5. Promo

Faktor yang terakhir adalah promo yang diberikan oleh masing-masing *Showroom*. KAE MOTOR mendapatkan nilai 3 karena menurut KAE MOTOR promo diperlukan karena terkesan pendatang baru, namun KAE MOTOR mempertimbangkan jika memberikan promo yang cukup besar dapat mengancam KAE MOTOR sendiri karena KAE MOTOR masih dalam proses merintis dan memerlukan pendapatan yang cukup baik. Sedangkan Prihata Motor juga memiliki nilai 4 karena Prihata Motor sudah memiliki banyak konsumen juga yang repeat order sehingga tidak mengedepankan promo yang terlalu besar, sedangakn KJV MotoStart memiliki nilai 4 karena KJV MotoStart masih merasa kurang repeat ordernya sehingga masih mencari nilai yang ditonjolkan dibenak pelanggan walaupun harus memangkas profit yang ada.

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT)

Menurut Fred R. David (2016:251), menyatakan bahwa Matriks SWOT adalah suatu alat yang dapat dipergunakan perusahaan untuk menciptakan atau mengembangkan strategi yang terdiri dari empat jenis, yaitu strategi kekuatan dan peluang atau strategi SO (Strength and Opportunity), strategi kelemahan dan peluang atau strategi WO (Weakness and Opportunity), strategi kekuatan dan ancaman atau strategi ST (Strength and Threat), dan strategi kelemahan dan ancaman atau strategi WT (Weakness and Threat). Metode ini digunakan untuk melihat kelebihan dan kelemahan perusahaan. Analisis ini menjelaskan bagaimana keadaan kuat dalam menghadapi ancaman, keadaan lemah dalam menghadapi ancaman, dan sebagainya. Berikut ini analisis SWOT showroom KAE MOTOR:

a. **Strengths**

1) Lokasi yang cukup strategis
2) Kualitas produk sangat baik
3) Harga yang cukup bersaing
4) Pelayanan yang sangat baik
5) Menggunakan platform online dan sosial media.

b. Weakness

1) Brand yang belum di kenal oleh pelanggan
2) Tidak percaya masyarakat
3) Kurang mudahnya syarat kepengurusan kredit

c. Opportunities

1) Menjual dengan sosial media
2) Ekonomi di Indonesia tergolong stabil, sehingga menjadi kesempatan bagi KAE MOTOR untuk memasarkan produknya.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

d. Threats

1) Persepsi masyarakat

2) Harga motor bekas cenderung naik dan turun

3) kompetitor yang lebih ternama

Tabel 3.4

Matriks SWOT showroom KAE MOTOR

	Strengths (Kekuatan)	*Weakness* (Kelemahan)
	- Lokasi yang cukup strategis - Kualitas produk sangat baik - Harga yang cukup bersaing - Pelayanan yang sangat baik - Menggunakan platform online dan sosial media.	- Brand yang belum di kenal oleh pelanggan - Tidak percaya masyarakat - Kurang mudahnya syarat kepengurusan kredit
Opportunities (Peluang) - Menjual dengan sosial media - Ekonomi di Indonesia tergolong stabil, sehingga menjadi kesempatan bagi KAE MOTOR untuk memasarkan produknya.	S-O *Strategies* - Memperluas pangsa pasar dengan membuka cabang ditempat lain (S1,O1,O3) - Penjualan motor yang berkualitas tinggi setelah proses seleksi dan control (S2)	W-O *Strategies* - Proses promosi yang lebih extra untuk mendapatkan minat konsumen (W1, W2, O2, O3) - Bekerja sama dengan leasing yang memberikan kemudahan (W4)
Threats (Ancaman) - Persepsi masyarakat - Harga motor bekas cenderung naik dan turun - kompetitor yang lebih ternama	S-T *Strategies* - Melakukan product positioning dibenak konsumen (S4, T3) - Melakukan penetapan harga sesuai platform online yang tersedia (S5, T2)	W-T *Strategies* - Menjalin kerja sama dengan industry sejenis yang ada untuk pengembangan yang terjadi (W2, T2)

Sumber: KAE MOTOR

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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

a. Strategi S-O

1) Memasarkan produk melalui teknologi pemasaran yang ada seperti platform online dan sosial media. KAE MOTOR harus memiliki tim kreatif untuk membuat pemasaran online ini menjadi lebih menarik perhatian banyak konsumen.

2) Menjaga kualitas motor bekas, agar konsumen puas dengan produk KAE MOTOR ini. Karena kualitas akan berbicara sendirinya.

b. Strategi W-O

1) Melakukan promosi agar produk dapat dikenal pasar luas melalui platform online dan sosial media agar produk dapat dikenal pasar luas. Menerapkan layanan iklan berbayar di Instagram dan Facebook, hal ini akan membuat konsumen aware akan motor bekas ini.

c. Strategi S-T

a) Melakukan product positioning dibenak konsumen. Dalam hal ini showroom KAE MOTOR harus memberikan kesan secara positif kepada pelanggan dan menjadi alasan para pelanggan membeli motor bekas yang ditawarkan showroom KAE MOTOR. Dengan menerapkan garansi service selama 1 bulan.

d. Strategi W-T

1) Menjalin kerja sama dengan industry sejenis yang ada untuk pengembangan yang terjadi. KAE MOTOR dapat melakukan Kerjasama dengan leasing dimana hal ini dapat menaikan popularitas showroom KAE MOTOR di benak konsumen.