



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Pengertian dari industri dapat dibagi kedalam ruang lingkup makro dan mikro.

Secara mikro, industri dapat didefinisikan sebagai kumpulan dari beberapa perusahaan yang memproduksi hasil *output* yang sama (homogen), atau yang memiliki sifat saling menggantikan dari barang yang serupa. Sedangkan pengertian industri secara makro, adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah. Jadi pada dasarnya, batasan industri dalam ruang lingkup mikro hanya sekumpulan perusahaan yang menghasilkan barang yang sejenis, sedangkan secara makro, batasan industri dapat diukur dari jumlah pendapatan. Menurut Badan Pusat Statistik, industri adalah sebuah kesatuan unit usaha yang menjalankan kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk menghasilkan barang atau jasa yang berdomisili pada sebuah wilayah tertentu dan memiliki catatan keuangan serta administrasi tersendiri.

Pada dasarnya industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi. Industri juga merupakan bagian dari proses produksi yang terjadi hampir disetiap perusahaan manufaktur. Pengertian industri cukup luas, industri juga menyangkut setiap kegiatan manusia dalam bidang ekonomi yang bersifat produktif.

Menurut Undang – Undang No. 3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian, “Industri adalah seluruh bentuk dari kegiatan ekonomi yang mengelolah bahan baku dan atau memanfaatkan sumber daya industri, sehingga dapat menghasilkan barang yang memiliki nilai tambah atau manfaat yang lebih tinggi, termasuk juga jasa industri”. Setiap usaha memiliki karakter yang berbeda, untuk itu dibutuhkan analisis industrial agar dapat menentukan strategi bersaing yang baik dan sebagai evaluasi dalam mengikuti era perubahan zaman dan tren.

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.

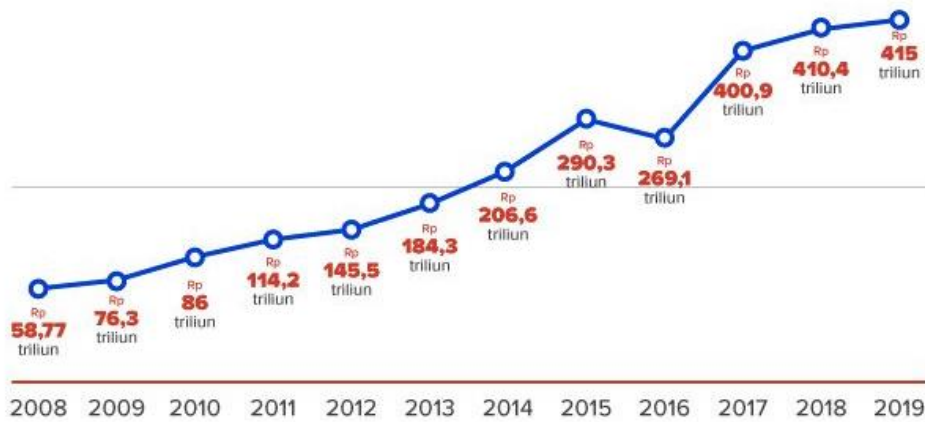


A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Menurut Kotler dan Keller (2014:79), tren merupakan arah atau urutan kejadian yang mempunyai momentum. Ditinjau dari perkembangan tren di Indonesia yang ada saat ini, kebutuhan alat berat dan mesin sangat dibutuhkan seiring meningkatnya pembangunan infrastruktur di Indonesia. Kemudian juga didukung oleh permintaan konsumen yang bertumbuh seiring meningkatnya kepadatan penduduk di Indonesia. Kebanyakan masyarakat saat ini berkebutuhan dibidang infrastruktur seperti kebutuhan akan tempat tinggal (rumah & apartemen), terutama pada keluarga muda. Adapun kebutuhan akan pembangunan jalan raya untuk memfasilitasi para pengguna kendaraan bermotor dan banyak lagi. Hal ini pula didorong oleh pemerintah untuk memajukan perekonomian ekonomi yang ada di Indonesia.

Gambar 3. 1

Grafik Anggaran Infrastruktur Indonesia



Sumber : Kementerian Keuangan

© Himpunan Ahli Akuntansi, Perpajakan, dan Manajemen Keuangan Indonesia (HAKCI) 2019. 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.



Merujuk pada grafik tersebut, menunjukkan bahwa pemerintah saat ini sangat mendukung pembangunan infrastruktur dan mulai merangsang pergerakan ekonomi Indonesia lewat pekerjaan proyek. Para pengusaha swasta dan kontraktor proyek tentunya semakin bersemangat dan berlomba – lomba untuk menjadi salah satu bagian penting dalam pembangunan negara. Apalagi ditambah dengan bantuan anggaran dari pemerintah yang meningkat signifikan dari tahun 2016-2019, sehingga dapat membuka banyak sekali peluang bisnis baru dalam bidang infrastruktur dan pembangunan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Gambar 3. 2

Indeks Pertumbuhan Ekonomi Inklusif



Sumber : <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190425/9/915613/indeks-pembangunan-ekonomi-inklusif-2024-dipatok-654-persen>

Melihat tren pertumbuhan ekonomi yang seperti ini, diharapkan dapat bertumbuh menjadi 6,45% pada tahun 2024 lewat perkembangan infrastruktur yang ada di Indonesia.



(sumber : <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190425/9/915613/indeks-pembangunan-ekonomi-inklusif-2024-dipatok-654-persen>). Dengan indikasi yang diperoleh, besar harapan dapat terciptanya prospek usaha yang menjanjikan bagi bisnis VELOCINDO kedepannya.

B. Analisis Pesaing

Melihat peluang bisnis dan prospek kedepan yang menggiurkan, tak jarang membuat banyak pelaku usaha juga ingin ikut terjun menikmati dan menjalankan bisnis di industri yang sama (pesaing). Persaingan dapat terjadi antara pelaku usaha yang baru maupun yang sudah berjalan. Untuk itu dibutuhkan beberapa analisa cara dan sistem kerja pesaing sebelum terjun menjalankan usaha. Agar tidak kalah dari para pesaingnya, maka perlu direncanakan strategi yang matang untuk dapat tetap bertahan dalam bisnis yang dijalankan.

Menurut David (2015:59), pesaing adalah perusahaan yang menawarkan produk dan jasa sejenis di pasar yang sama. Untuk itu, analisis pesaing merupakan cara untuk mengidentifikasi ancaman dan peluang yang ada dari para pesaing. Selain itu juga untuk mempelajari strategi dan permasalahan yang terjadi secara umum agar kelemahan dan kekuatan pesaing dapat teridentifikasi. Analisis pesaing juga berfungsi untuk mengevaluasi persaingan yang terjadi saat ini maupun memprediksi persaingan yang akan terjadi berikutnya.

Berdasarkan pernyataan tersebut, penulis sadar bahwa industri yang dijalani memiliki tingkat persaingan yang cukup tinggi, namun arah industri ini masih menunjukkan prospek yang baik. Berikut data pesaing VELOCINDO yang memiliki skala usaha yang sama pada tabel berikut :



Tabel 3. 1

Analisis Pesaing “VELOCINDO”

No	Nama	Profil	Pengalaman
1	PT. ARISCO MANDIRI	kami adalah distributor / stockist untuk pengadaan spare parts spareparts Komatsu seperti unit spareparts <i>excavator, spareparts bulldozer, spareparts motorgrader, spareparts dumptruck, spareparts wheel loader</i> , dan barang yang ditawarkan adalah sparepart genuine komatsu	12 tahun
2	DUTA KHANSA MANDIRI	Cv. Duta Khansa Mandiri menyediakan: Jasa & Penjualan Sparepart Alat berat dari China, Jepang, Korea maupun UK & USA	1 tahun
3	PT. SARANA TEKNIK	PT. Sarana Teknik , Distributor, penjual, <i>stockist, Bearing, Coupling, Electric motor, servomotor, gardan shaft, conveyor, powerlock, pump industrial, vacum pump, gear pump, universal jointing, belt konveyor, ban berjalan, blower, gearbox, Pulley, sprocket, variator, Lowara pump, ebara pump, baldor electric motor, rexnord Coupling, reynold coupling, yuema pump, cnp pump, sihi pump</i> dll	8 tahun

Sumber : www.indonetwork.co.id, data diolah

Dapat dilihat pada tabel diatas, bahwa data pesaing dalam industri ini ada yang merupakan pendatang baru ada pula yang sudah berpengalaman. Untuk menghadapi pesaing, penulis menawarkan jasa yang lebih baik dengan mutu yang tidak kalah bagus dengan para pesaing. Namun dengan begitu, tetap diperlukan strategi dan analisa yang baik dalam menghadapi pesaing agar nama perusahaan dapat menonjol di mata masyarakat.

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.



C. Analisis PESTEL

Dalam menentukan strateginya, pelaku bisnis wajib melakukan Analisa terlebih dahulu. Analisa tersebut dapat dilakukan dengan mengidentifikasi lingkungan internal dan lingkungan eksternal sehingga dapat dengan mudah mengetahui kelemahan dan kekuatan bisnis yang dimiliki perusahaan. Selain itu, Analisa lingkungan juga berfungsi sebagai alat evaluasi untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja internal perusahaannya menjadi lebih baik. Menurut David (2015:45), kekuatan lingkungan eksternal dapat dibagi menjadi beberapa kategori seperti: kekuatan ekonomi, kekuatan budaya, social, demografi, dan lingkungan; kekuatan politik, pemerintah, dan hukum; kekuatan teknologi, dan persaingan. Hal ini kita kenal dengan analisis PESTEL.

Analisis PESTEL merupakan analisis terhadap lingkungan eksternal yang mempengaruhi bisnis. Dengan metode ini, kita dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan bisnis perusahaan dari beberapa aspek eksternal seperti di bidang Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, dan Legal. Analisis PESTEL terhadap usaha VELOCINDO dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Politik

Salah satu faktor yang mempengaruhi dalam aktivitas bisnis terutama di Indonesia adalah faktor politik. Keadaan politik pada suatu negara dapat memberikan beberapa dampak yang cukup mempengaruhi aktivitas bisnis pada perusahaan. Terdapat banyak ancaman dan juga peluang seiring berubahnya pergerakan politik pada suatu negara yang dimana dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis lain dari berbagai sektor. Seperti pada sektor teknologi, ekonomi, dan social, maka wajar isu – isu politik dapat berpengaruh pada kelangsungan hidup sebuah bisnis.

Pergantian pemimpin negara juga banyak memberikan dampak kepada para pelaku bisnis seperti VELOCINDO, baik negatif maupun positif. Untungnya pemimpin



negara kita saat ini, bapak Jokowi sangat memprioritaskan pada perkembangan infrastruktur untuk memajukan negara Indonesia agar tidak kalah dengan negara lain. Hal ini memberikan dampak positif kepada VELOCINDO mengingat bidang bisnis yang dijalankan sangat mendukung dan mengarah pada tujuan yang sama dengan visi bapak presiden. Mengingat juga anggaran belanja infrastruktur yang disiapkan pemerintah, terus meningkat dari 3 tahun terakhir. Terlepas dari dampak positif, isu politik juga dapat memberikan dampak negatif yang mempengaruhi aktivitas perusahaan. Seperti pada beberapa waktu lalu terjadi orasi untuk perubahan RKHUP. Aksi tersebut cukup berpengaruh mengingat dengan berbagai penutupan jalan membuat aktivitas pengiriman dan pergerakan usaha menjadi sedikit terhambat. Hal ini dapat mengurangi dan menunda waktu pengerjaan proyek serta pembangunan yang tengah dilakukan di wilayah tersebut. Selain pemerintah, program pembangunan juga dilakukan oleh pihak swasta. Mereka pula yang turut membantu pergerakan bisnis pada VELOCINDO dengan proyek besar mereka seperti pembangunan apartement, mall, perumahan, rumah sakit, dan jalan tol. Hal ini dapat dijadikan VELOCINDO sebagai antisipasi jika permintaan pemerintah melemah, maka masih terdapat pasar di luar pemerintah yang masih sangat luas.

2. Ekonomi

Dilansir dari Badan Pusat Statistik, tercatat bahwa pertumbuhan ekonomi pada Kuartal I tahun 2019 mencapai 5,27 persen. Angka ini meningkat 0,11 persen jika dibanding dengan akhir tahun 2018 yang mencapai 5,16 persen. Meningkatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2019 didukung oleh beberapa fakta yang terjadi di Indonesia. Berikut fakta - fakta terkait meningkatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia:



a. Kinerja ekspor-impor yang tercatat baik pada Kuartal I pada tahun 2019 meningkat sebesar 7,65 persen pada komoditas mesin, besi / baja, dan kendaraan.

b. Pertumbuhan konsumsi swasta menguat yang di dukung oleh nilai rupiah yang stabil.

c. Investasi yang tumbuh. Konsumsi pemerintah pada sektor investasi sebesar 0.60 persen sebagai sumber pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Pada Kuartal II di tahun 2019, pertumbuhan ekonomi di Indonesia cenderung menurun akibat situasi politik dalam pemilihan presiden yang sangat disayangkan. Hal ini, sangat mempengaruhi kondisi ekonomi karena situasi politik yang sedang goyang, serta kepastian hukum dan regulasi yang belum stabil. Namun dengan begitu, hal tersebut hanya merupakan tren sementara yang wajar terjadi di setiap negara. Kedepannya, pertumbuhan ekonomi di Indonesia dapat diprediksi meningkat hingga 6,24 persen pada tahun 2024.

Peluang pertumbuhan ekonomi yang akan terjadi merupakan tanda bagi VELOCINDO untuk mengambil langkah dalam memulai bisnis ini. Faktor ekonomi adalah salah satu faktor penting yang mendukung pertumbuhan bisnis VELOCINDO. Dengan melihat peluang ini diharapkan juga banyak proyek – proyek pembangunan yang akan terjadi di tahun mendatang.

3. Sosial

Pada lingkungan sosial ada beberapa faktor yang mempengaruhi kondisi ekonomi pasar melalui beberapa elemen seperti demografi pelanggan, social budaya, sikap dan gaya hidup serta latar belakang pendidikan. Dengan adanya Analisa di lingkungan sosial, kita akan dapat lebih memahami bagaimana kebutuhan konsumen dibentuk dan apa yang membawa mereka untuk membeli suatu produk. Lingkungan sosial merupakan



lingkungan yang sangat dinamis. Perubahan pada lingkungan sosial dapat berubah dengan sangat cepat seiring dengan perkembangannya teknologi.

Perubahan tersebut juga berpengaruh dalam merubah pola pikir masyarakat dalam mengkonsumsi suatu produk. Hal ini pula menyebabkan permintaan dan daya beli masyarakat berubah berdasarkan gaya hidup dan selera seseorang. Permintaan alat berat untuk pekerjaan proyek dan pertambangan terutama pada daerah yang tinggi akan sumber daya alam semakin meningkat. Selain itu peningkatan infrastruktur dalam kota menjadi kunci penting dalam pergerakan kehidupan sosial. Kebiasaan masyarakat kota yang suka dengan kehidupan bersosialisasi di tempat yang bergengsi seperti mall, café, dan berbagai pusat pembelanjaan lainnya membuat kebutuhan untuk meningkatkan pembangunan tersebut terus meningkat.

4. Teknologi

Pada zaman milenial saat ini, internet sudah menjadi kebutuhan yang wajib mendampingi setiap aspek kehidupan masyarakat. Pesatnya perkembangan teknologi saat ini menjadi salah satu faktor mudahnya perputaran dagang di zaman ini. Dengan perkembangan teknologi saat ini, sangat membantu kehidupan masyarakat dalam menghemat waktu dan efisiensi pekerjaan terutama dalam berkomunikasi dalam dunia usaha dan industri. Saat ini sudah banyak usaha dan bisnis yang berbasis teknologi dalam rangka menghemat biaya dan waktu, efektivitas komunikasi, serta perolehan informasi dengan mudah yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat luas dan para pelaku bisnis.

Tren pada teknologi juga berdampak besar pada perubahan dunia. Bahkan untuk beberapa industri, mereka tidak dapat beroperasi dengan maksimal tanpa adanya dukungan teknologi. Selain itu pada ilmu kedokteran juga sudah dikembangkan beberapa robot dan alat untuk menunjang kebutuhan medis. Untuk itu, saat ini teknologi bisa

dibidang merupakan kebutuhan primer setiap orang. Pertumbuhan pengguna internet dan teknologi saat ini menjadi pasar potensial bagi setiap industri.

Gambar 3. 3
Statistik Pengguna Internet dan Sosial Media di Indonesia



Sumber : *we are social*

Data diatas adalah hasil survey yang dilakukan pada tahun 2019 oleh tim *We Are Social*. Data tersebut menunjukkan bahwa dari 268.2 juta populasi masyarakat dapat diidentifikasi pengguna internet aktif sebesar 150 juta masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi semakin meningkat dari tahun ke tahun, dan semakin banyak orang yang mulai *aware* akan pentingnya penggunaan *social media* dan internet untuk kebutuhan sehari – hari.

Karena itu, VELOCINDO sebagai usaha yang berdiri pada zaman milenial, sangat memperhatikan faktor teknologi untuk mempermudah pekerjaan mulai dari melakukan promosi yang efektif hingga proses transaksi yang efisien. Selain itu, VELOCINDO akan menerapkan suatu sistem khusus pada internal perusahaan, untuk input stok produk dan



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.



info supplier. Sistem ini nantinya akan berbentuk server yang hanya dapat diakses oleh para manajer VELOCINDO menggunakan ID dan Password khusus yang disediakan serta diawasi oleh pemilik perusahaan. Hal ini bertujuan akan sistem penyimpanan data pada VELOCINDO dapat tertata rapih dan aman dari pencurian data.

5. Lingkungan

Pada perencanaan suatu bisnis, aspek lingkungan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan sebelum memulai usaha. Menurut David (2015:50), perubahan lingkungan memiliki dampak yang berpengaruh pada produk, jasa, pasar, dan target bisnis. Lingkungan berkaitan erat dengan lokasi dan tempat dimana usaha tersebut dijalankan. Faktor geografis dan budaya pada masyarakat sekitar berpengaruh pada daya beli dan keputusan membeli dari konsumen. Selain itu, lingkungan yang strategis juga berpengaruh terhadap proses operasional suatu bisnis agar lebih efisien dalam menjangkau para pelanggan.

Tujuan dari analisis lingkungan ialah mengidentifikasi lokasi yang baik, aman, dan strategis untuk pembangunan suatu usaha. Lokasi VELOCINDO akan bertempat di Jl. Karang Anyar tepatnya di komplek ruko 55, Jakarta Pusat. Lokasi ini merupakan lokasi yang cocok untuk pendirian usaha sparepart alat berat, karena daerah ini merupakan pusat perbelanjaan sparepart alat berat dan mobil di Jakarta. Lokasi ini juga mudah diakses karena terletak di jalan besar yang umum untuk dilewati setiap orang. Selain itu juga karena bertempat di dalam komplek, otomatis dari segi keamanan sudah terjamin dengan teredainya pos satpam di setiap pintu masuk/keluar. Lokasi VELOCINDO terbilang cukup strategis karena mudah untuk dijangkau, dan aman sehingga secara tidak langsung



memberikan kenyamanan bagi para pelanggan, supplier, maupun tim ekspedisi yang akan berhubungan langsung dengan kami.

6. Legalitas atau Hukum

Faktor lain yang sangat penting dalam pendirian suatu usaha ialah legalitasnya. Legal berhubungan dengan aturan atau hukum yang diatur pada lingkungan perusahaan dimana perusahaan tersebut beroperasi. Hampir setiap usaha wajib memiliki izin sebelum menjalankan usahanya. Agar usaha dapat berjalan dengan lancar kedepannya maka diwajibkan untuk memiliki beberapa legalitas dalam pendirian usahanya. Pada umumnya legalitas dalam menjalankan suatu usaha meliputi Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang wajib dimiliki oleh seluruh pengusaha, NPWP, dan Izin Gangguan.

Faktor tersebut harus diperhatikan oleh setiap pebisnis dalam menjalankan usahanya termasuk VELOCINDO yang bergerak dibidang jasa jual-beli sparepart alat berat.

D. Analisis Lima Model Kekuatan Persaingan Porter

Menurut Michael Porter (David, 2015:59), *Porter's five force Model* adalah pendekatan kompetitif yang secara luas digunakan untuk mengembangkan strategi usaha dalam banyak industri. Analisis ini merupakan alat yang sederhana namun cukup berguna untuk melihat letak kekuatan bersaing dari suatu perusahaan. Dengan analisis ini perusahaan juga lebih mudah mengidentifikasi aspek atau elemen dari setiap kunci bersaing yang dapat mempengaruhi perusahaan. Berdasarkan teori tersebut, berikut adalah analisis lima kekuatan bersaing VELOCINDO :



Gambar 3. 4

Porter's Five-Forces Model



Sumber : Fred R. David (2015:239), "Strategic Management"

© 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.

1. Ancaman bagi Pendetang Baru

Ancaman dari pendatang baru untuk usaha VELOCINDO tergolong rendah karena untuk membangun bisnis ini dibutuhkan modal yang cukup besar dan minimal harus mengerti pemahamannya dibidang industri tersebut. Hal ini merupakan hambatan bagi yang ingin memulai usaha dibidang ini. Adapun syarat terpenting yang harus



dipenuhi dalam memulai usaha ini adalah pengetahuan mengenai komponen alat berat. Komponen mesin yang begitu spesifik dan beranekaragam fungsi dan bentuknya, membutuhkan waktu belajar yang tidak singkat. Proses ini membutuhkan pengalaman dilapangan selama bertahun-tahun untuk mengenal segala fungsi dan apa saja komponen komponen yang dibutuhkan dalam sebuah mesin. Selain itu modal kerja yang diperlukan dalam membangun usaha ini terbilang cukup besar.

Hambatan lain untuk pendatang baru ialah nama perusahaan yang belum dikenal oleh masyarakat. Dibidang industri seperti ini, nama merk perusahaan merupakan kunci terpenting untuk bertahan. Kualitas produk dan pelayanan yang sudah dikenal terlebih dahulu pada suatu perusahaan, membuat rasa nyaman dalam transaksi sehingga enggan untuk berganti ke tempat lain. *Brand awareness* ini yang membutuhkan proses waktu bertahun – tahun karena sulit untuk membangunnya. Untuk itu, dibutuhkan biaya dan usaha lebih untuk memporosikan perusahaan dari segi produk, jasa, dan pelayanannya kepada masyarakat. Dari segala aspek hambatan tersebut, dapat disimpulkan bahwa ancaman pendatang baru masih rendah. Karena bisnis seperti ini biasanya merupakan warisan dari orang tua atau saudara yang memang sudah banyak pengalamannya dibidang ini dibandingkan dengan yang memulai dari nol.

2. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok dari VELOCINDO tergolong rendah. Karena lokasi dimana VELOCINCO berdiri merupakan pusat perbelanjaan suku cadang mesin. Sehingga untuk mencari pasokan seperti *valve, exhaust, bearing, pintube*, dan komponen mesin lainnya akan lebih mudah. Dari masing jenis juga memiliki kualitas dan merk yang berbeda –



beda sehingga menjadi banyak opsi bagi VELOCINDO dalam menentukan pilihannya sesuai dengan kebutuhan konsumen.

VELOCINDO juga sudah memiliki beberapa pemasok langganan, tapi tidak selalu bergantung pada pemasok tersebut, karena kebutuhan komponen tersebut masih bisa didapatkan di pemasok lain. Namun meskipun begitu, relasi dengan pemasok harus tetap dijaga dan diperkuat untuk menciptakan simbiosis yang saling menguntungkan kedepannya.

3. Daya Tawar Pembeli

Daya tawar pembeli VELOCINDO di Jakarta tergolong tinggi. Karena memiliki banyak pilihan dan pemasok yang ada di Jakarta terbilang cukup banyak. Jakarta juga merupakan pusat perdagangan ekspor – impor, jadi kekuatan pembeli di Jakarta cukup tinggi. Selain itu, beberapa konsumen juga sudah memiliki tempat langganannya sendiri yang sudah terjalin hubungan kepercayaan diantaranya. Maka akan sulit untuk menembus pasar tersebut karena memiliki potensi yang sangat kecil.

Berbeda hal dengan pelanggan VELOCINDO yang berada di luar pulau Jawa. Daya tawar untuk konsumen yang berada di kota lain tergolong cukup rendah, terutama para pekerja tambang yang berada di daerah pelosok dan pekerja proyek di kota kosong. Hal tersebut karena tidak semua daerah memiliki pasokan *sparepart* yang lengkap. Meskipun ada, maka harga yang ditawarkan juga tinggi karena sudah ditambah dengan biaya pengiriman ke kota tersebut. Untuk itu VELOCINDO menargetkan 70% segmen pasarnya adalah konsumen yang berasal dari luar pulau Jawa. Karena beberapa pelayanan jasa yang menjadi ujung tombak dari VELOCINDO yaitu menawarkan jasa pengiriman ke luar daerah dengan murah bahkan gratis tanpa mengurangi kualitas produk.



4. Ancaman Bagi Produk Pengganti

Persaingan usaha yang ketat membuat banyak pelaku usaha mencari ide untuk mengatasi hambatan yang ada agar dapat memasuki pasar. Ide tersebut yang menjadi salah satu faktor adanya penemuan produk pengganti dari industri yang ingin dimasuki. Tentunya produk pengganti ini dapat dikategorikan sebagai ancaman yang perlu diwaspadai bagi perusahaan yang sudah beroperasi.

Namun ancaman produk pengganti bagi VELOCINDO tergolong rendah. Karena komponen suatu mesin alat berat merk A tidak dapat diganti dengan komponen mesin apapun ataupun merk lain apapun meski alat yang dimiliki adalah sama. Ada beberapa pelaku bisnis yang menciptakan produk yang sama namun dengan kualitas yang rendah (imitasi). Hal ini pula masih tidak dapat dijamin sebab daya tahan produk orisinal akan jauh lebih kuat dibandingkan dengan yang imitasi.

5. Persaingan antar Industri Sejenis

Persaingan pada industri sejenis VELOCINDO masih tergolong rendah. Karena permintaan akan suku cadang alat berat masih banyak dibutuhkan. Hal tersebut juga bertumbuh seiring bertambahnya jumlah proyek pembangunan yang ada di Indonesia masih tergolong besar. Selain itu jumlah pemasok yang ada masih belum cukup memenuhi jumlah permintaan yang dibutuhkan. Hambatan lain yang mempengaruhi daya saing pada industri adalah kelengkapan komponen orisinal.

Banyak tempat menyediakan *part* yang lengkap namun dengan kualitas imitasi, tidak banyak yang menawarkan barang yang original. Untuk beberapa kasus, konsumen lebih senang untuk membeli komponen alat yang orisinal. Meski tergolong lebih mahal, namun *part* akan lebih tahan lama serta kualitas yang ditawarkan juga lebih baik. Dalam

mengatasi hambatan tersebut, VELOCINDO akan bekerjasama dengan beberapa *dealer sparepart* yang resmi dan orisinil seperti Trakindo, dan United Tractor.

E. Analisa *Competitive Profile Matrix* (CPM)

Menurut David (2015:245), *Competitive Profile Matrix* (CPM) merupakan sebuah alat bantu untuk mengidentifikasi pesaing utama perusahaan serta kekuatan dan kelemahan yang berkaitan dengan posisi strategis perusahaan. Analisa CPM juga bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai strategi yang digunakan perusahaan untuk mencapai kesuksesan. Dalam analisis ini, terdapat beberapa faktor yang kendala internal maupun eksternal dimana akan mengacu langsung terhadap kekuatan dan kelemahan, yang diidentifikasi dengan penilaian sebagai berikut:

- 4 – Sangat kuat
- 3 – Kuat
- 2 – Kurang kuat
- 1 - Lemah

Total nilai dan bobot yang berhasil didapatkan akan dibandingkan kepada perusahaan pesaing untuk mengidentifikasi strategi perusahaan yang terbaik secara komparatif.

Berikut analisis *Competitive Profile Matrix* dari VELOCINDO yang akan dikomparasi dengan kedua pesaingnya:





Tabel 3. 2

Competitive Profile Matrix VELOCINDO

Critical Success Factor	Weight	VELOCINDO		PT. Arisco Mandiri		Duta Khansa Mandiri	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga Produk	0.27	4	1.08	3	0.81	4	1.08
Lokasi	0.15	2	0.3	4	0.60	3	0.45
Kualitas Produk Impor	0.29	4	1.16	4	1.16	2	0.58
Nama Store	0.06	2	0.12	4	0.24	3	0.18
Kualitas Pelayanan	0.13	3	0.39	2	0.16	2	0.16
Promosi	0.10	4	0.40	3	0.30	3	0.30
TOTAL	1		3.45		3.27		2.75

Sumber : VELOCINDO, 2019

Analisa CPM diatas dihasilkan dengan cara penyebaran kuisioner oleh penulis secara online untuk mengetahui faktor – faktor penting yang mempengaruhi bisnis VELOCINDO. Setelah data tersebut dikumpulkan, maka penulis menemukan 6 faktor kunci sukses yang mempengaruhi keberhasilan dalam membukan bisnis ini, yaitu:

1. Harga Produk

Harga produk VELOCINDO mendapat nilai 4 dimana termasuk dikategorikan lumayan murah. Hal ini dikarenakan beberapa produk yang dijual merupakan produk asli dan orisinal. Kasus serupa juga terjadi pada Arisco, dimana perusahaan ini memang hanya menjual produk – produk yang asli dan terpaku pada satu merk saja. Berbeda dengan pesaingnya yakni Duta Khansa Mandiri yang mendapat nilai 4 dimana produk mereka terbilang murah. Hal tersebut juga disebabkan oleh kualitas produk mereka yang rata – rata menawarkan produk jenis imitasi. Untuk itu sebenarnya harga yang ditetapkan oleh VELOCINDO setara dengan kualitas yang ditawarkan.

© 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.



2. Lokasi

Lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan bisnis. Lokasi pada VELOCINDO mendapat nilai 2 karena tergolong tidak cukup strategis dan mudah untuk dijangkau. Hasil pada faktor ini belum maksimal dikarenakan lokasi VELOCINDO masih terletak didalam komplek yang dimana kadang membutuhkan akses khusus untuk para pengunjung komplek. Hal ini sedikit mengurangi efektivitas dalam hal penghematan waktu. Hal berbeda pada Arisco yang mendapat nilai 4, karena ruko yang terletak pada tepi jalan besar yang umum untuk dilalui dan mudah untuk terlihat.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk yang mencakupi keaslian produk dari masing – masing komponen yang ditawarkan sesuai dengan merk yang tersedia menjadi variable penting dalam usaha ini. Untuk kualitas produk VELOCINDO mendapatkan nilai tertinggi yaitu 4 karena VELOCINDO selain menawarkan produk – produk orisinal, juga menawarkan produk imitasi yang masih bermutu. Hal ini membuat para konsumen menjadi lebih dinamis dalam memilih produk karena tersedia beberapa pilihan harga. Nilai tertinggi juga diperoleh oleh Arisco karena mereka hanya menjual produk yang original saja. Kekurangan dari Arisco mereka tidak menawarkan produk *second grade* atau imitasi, sehingga konsumen tidak mendapat banyak pilihan harga untuk produk yang serupa.

4. Nama Store

Untuk faktor ini VELOCINDO memperoleh rating yang lemah dibandingkan dengan kedua pesaingnya. Hal tersebut merupakan hal yang wajar mengingat

© 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.



VELOCINDO adalah pendatang baru dalam industri ini, sehingga belum memiliki nama yang kuat di pasar. Berbeda dengan pesaingnya yang sudah memulai usaha ini sebelumnya. Pengalaman dan tantangan yang sudah mereka alami selama bertahun – tahun sudah menumbuhkan kepercayaan dan citra yang baik bagi para konsumennya.

5. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan loyalitas pada pelanggan. Loyalitas pada pelanggan akan membuat pelanggan tersebut melakukan pembelian berulang. Hal ini pula merupakan salah satu kekuatan suatu perusahaan dalam menghadapi persaingan. VELOCINDO mendapatkan nilai 3 untuk kualitas pelayanannya. Kami mencoba untuk memberikan yang terbaik untuk memenuhi segala kebutuhan yang di perlukan oleh konsumen kami. Berdasarkan visi kami jalani, pelayanan terhadap konsumen juga sudah merupakan suatu kewajiban dari VELOCINDO.

6. Promosi

Umumnya sedikit sekali promosi yang dilakukan pada industri bisnis ini. Karena harga alat dan komponen yang cukup mahal membuat pelaku bisnis enggan mengalokasikan dana untuk kepentingan promosi. Mindset para pebisnis di industri ini, lebih baik mereka memaksimalkan kualitas pelayanan mereka. Sebab kunci dari sukses dari bisnis ini agar tetap bertahan adalah membangun relasi seluas-luasnya dan koneksi sebanyak-banyaknya dari mulut ke mulut. Untuk itu, VELOCINDO juga melakukan promosi *mouth to mouth* untuk memasarkan usahanya. Selain murah bahkan gratis, cara ini juga lebih ampuh dan terpercaya karena merupakan rekomendasi dari orang – orang.

© 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.



Setelah melakukan penilaian dan berdasarkan kalkulasi dari penulis, maka hasil total skor yang didapatkan oleh VELOCINDO sebesar 3,45. Skor ini berasal dari hasil kalkulasi data 81 responden dan menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang masih lemah dan perlu ditingkatkan lagi oleh VELOCINDO agar dapat bersaing setara dengan para pesaingnya.

Hasil skor yang rendah pada analisis CPM tidak menandakan bahwa sebuah perusahaan tersebut lebih buruk dari pada pesaingnya. Hasil tersebut hanya menggambarkan kelemahan dan kekuatan suatu perusahaan dan juga menggambarkan bahwa setiap perusahaan memiliki keunggulan dan kekurangan masing – masing di bidang yang berbeda.

F. Analisis SWOT

SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) merupakan analisis yang merupakan evaluasi keseluruhan terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis ini dapat digunakan untuk menganalisa dan mengidentifikasi lingkungan internal maupun lingkungan eksternal suatu perusahaan.

Tujuan utama dari analisis SWOT adalah untuk mengetahui seperti apa sebenarnya situasi yang sedang dihadapi oleh perusahaan. Analisa SWOT tidak bisa digunakan sebagai alat agar terlepas dari situasi sulit, namun hanya untuk mengidentifikasi masalah yang ada. Berikut analisis SWOT dari VELOCINDO:

1. Kekuatan (*Strength*)

Merupakan kelebihan yang berasal dari dalam / internal yang dimiliki oleh perusahaan untuk dapat bersaing dengan pesaingnya. Kekuatan dari VELOCINDO adalah

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.



- a. Memberikan harga yang kompetitif
- b. Kualitas produk yang terjamin keasliannya dan bermutu
- c. Banyak menawarkan sesuatu yang menarik konsumen melalui sarana promosi yang dilakukan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Kelemahan (*Weakness*)

Merupakan hal yang kurang baik dari dalam / internal perusahaan yang dapat menghambat dalam persaingan industri. Kelemahan dari VELOCINDO adalah

- a. Nama perusahaan yang belum dikenal
- b. Belum memiliki pengalaman yang cukup
- c. Relasi pemasok dan pelanggan yang masih sempit

Peluang (*opportunity*)

Merupakan sebuah kesempatan yang muncul dari luar / eksternal perusahaan yang dapat dimanfaatkan untuk bersaing dalam pasar. Peluang bagi VELOCINDO adalah

- a. Perpindahan ibu kota meningkatkan jumlah proyek pembangunan infrastruktur
- b. Meningkatnya bisnis online mempermudah untuk melakukan strategi promosi
- c. Perkembangan teknologi yang semakin pesat meningkatkan efektivitas dan efisiensi
- d. Regulasi pemerintah yang mendukung perkembangan infrastruktur

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.



4. Ancaman (*Threat*)

Merupakan suatu hal yang muncul dari luar / eksternal perusahaan yang akan mengancam eksistensi dan keberlangsungan hidup suatu usaha. Ancaman bagi VELOCINDO adalah

- a. Banyaknya pesaing dan pendatang baru pada industri yang sama
- b. Kondisi politik dan perekonomian Indonesia yang belum stabil
- c. Tingkat loyalitas dan kepercayaan konsumen yang masih rendah
- d. Eksploitasi lahan, reklamasi, dan dampak kerusakan lingkungan akibat proses pembangunan

Menurut David (2015:259), Matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) adalah alat penting yang dapat membantu manajer dalam mengembangkan empat tipe strategi, yaitu:

1. SO (*strength – opportunity*)

Strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ada.

2. WO (*weakness – opportunity*)

Strategi perusahaan untuk meningkatkan kelemahan perusahaan dari keuntungan peluang yang ada.

3. ST (*strength – threat*)

Strategi menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman.

4. WT (*weakness – threat*)

Strategi yang digunakan untuk bertahan dalam mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.



Tabel 3. 3

Analisis SWOT Matriks VELOCINDO

INTERNAL EKSTERNAL	Kekuatan (S) 1. Harga yang kompetitif 2. Kualitas produk yang orisinal dan standard internasional 3. Menawarkan sesuatu yang menarik konsumen melalui sarana promosi yang dilakukan	Kelamahan (W) 1. Nama perusahaan yang belum dikenal 2. Belum memiliki pengalaman yang cukup 3. Relasi pemasok dan pelanggan yang masih sempit
	Peluang (O) 1. Perpindahan ibu kota meningkatkan jumlah proyek pembangunan infrastruktur 2. Meningkatnya bisnis online mempermudah untuk melakukan strategi promosi 3. Perkembangan teknologi yang semakin pesat meningkatkan efektivitas dan efisiensi 4. Regulasi pemerintah yang mendukung perkembangan infrastruktur	Strategi S-O 1. Menembus pasar online dengan lebih mudah dengan harga bersaing (S1,O3,O4) 2. Menambah dukungan relasi dengan pihak pemerintah (S3,O1) 3. Perluasan bisnis ke daerah potensial sesuai dengan regulasi yang berlaku (S1,S2,S3,O4)
Ancaman (T) 1. Banyaknya pesaing dan pendatang baru pada industri yang sama 2. Kondisi politik dan perekonomian Indonesia yang belum stabil 3. Tingkat loyalitas dan kepercayaan konsumen yang masih rendah 4. Eksploitasi lahan, reklamasi, dan dampak kerusakan lingkungan akibat proses pembangunan	Strategi S-T 1. Menawarkan varian produk sejenis untuk memberi pilihan kepada konsumen (S1,S2,T1) 2. Memberikan harga sebanding dengan kualitas yang ditawarkan apapun kondisinya (S1,T1,T2) 3. Peningkatan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan pelanggan (S3,S2,T3)	Strategi W-T 1. Menjaga hubungan dan relasi yang sudah terjalin dengan baik (W3,T3) 2. Memberikan CSR kepada masyarakat tentang lingkungan alam untuk meningkatkan citra perusahaan (W1,W2,T4) 3. Melakukan penetrasi pasar ke arah politik dan pemerintahan untuk mendapat dukungan (W1,W3,T1,T2)

Sumber : VELOCINDO, 2019

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

Hak Cipta Ditindungi 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.