



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

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

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Sebuah bisnis dikatakan baik jika berada di industri yang baik juga. Keadaan industri dapat dilihat dari luasnya pasar yang tersedia serta kualitas dan kuantitas kompetitor. Sebuah industri juga dapat dikatakan sedang baik jika adanya perkembangan pelaku dalam industri tersebut.

Bisnis yang Hyphn tekuni tentunya tidak terlepas dari dunia yang sedang berkembang yaitu adalah internet sebagai media yang menjadi platform utama di dalam bisnis ini serta bisnis startup yang menjadi target pasar dari bisnis ini.

Gambar 3.1
Pertumbuhan UMKM Menjadi Digital



Sumber : <https://biz.kompas.com/read/2017/09/08/095925428/infografik-begini-potensi-6-juta-umkm-jika-berhasil-go-digital>

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.



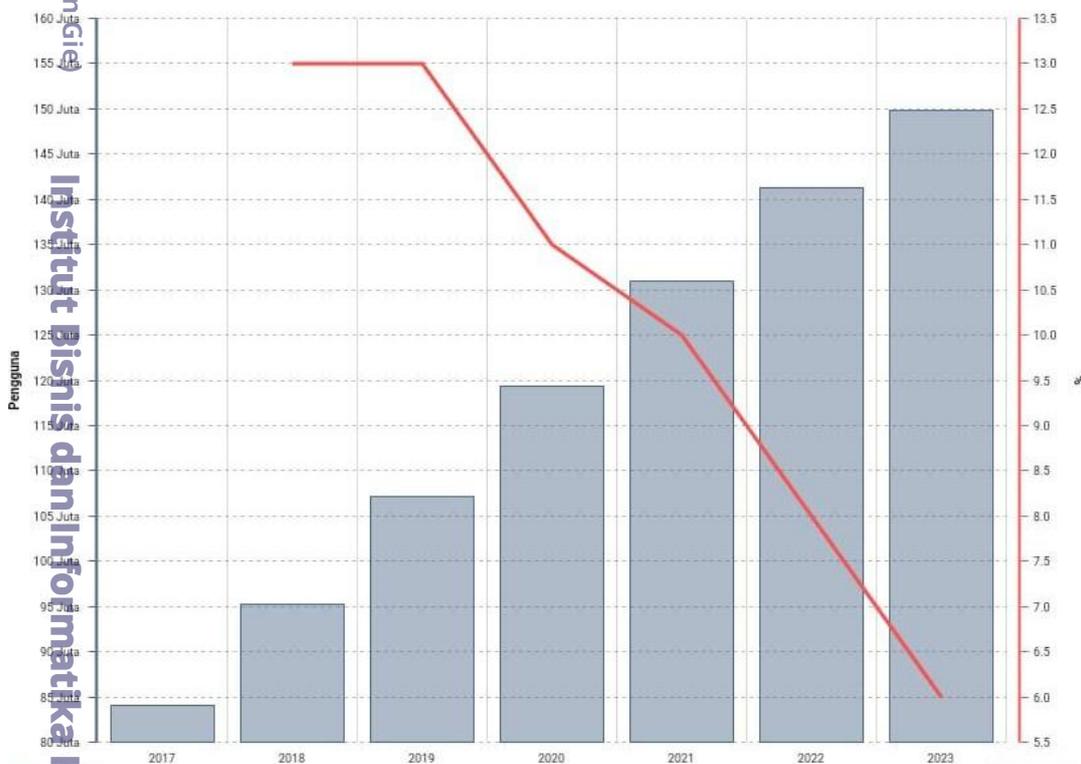
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Dari data diatas, disebutkan bahwa adanya perubahan tren pada bisnis yaitu penggunaan internet sebagai salah satu sarana operasi usaha mereka. Diprediksi pada 2020 akan adanya peningkatan penggunaan internet dalam bisnis sebesar sembilan kali lipat daripada 2015 dimana hanya 9% yang memiliki kemampuan dalam penggunaan internet.

Jika melihat data tersebut dapat disimpulkan bahwa akan banyak sekali peluang bagi bisnis agensi pemasaran digital yang membantu UMKM dalam menjalankan usahanya. Hal ini menjadi salah satu indikator bahwa Hyphn berada pada industri yang baik dan sedang bertumbuh.

Data pendukung lainnya adalah penggunaan internet yang diproyeksikan terus mengalami pertumbuhan hingga tahun 2023.

Gambar 3.2
Proyeksi Penggunaan Internet di Indonesia 2017-2023



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>



Dari data tersebut menunjukkan bahwa pengguna internet akan mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Dimana pada gambar tersebut garis merah menunjukkan jumlah pertumbuhan pengguna sedangkan yang warna biru menunjukkan jumlah pengguna.

Pertumbuhan pengguna internet juga merupakan salah satu indikator pendukung karena semakin banyak pengguna internet, pelaku bisnis juga akan memanfaatkan peluang tersebut.

Kesimpulannya bahwa Hyphn berada pada industri yang baik sehingga memiliki peluang untuk melakukan bisnis yang direncanakan berdasarkan data dan analisa diatas.

B. Analisis Pesaing

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), persaingan memiliki arti bersaing atau usaha memperlihatkan keunggulan masing-masing yang dilakukan oleh perusahaan.

Pesaing merupakan indikator dalam bisnis dimana keberadaan pesaing mampu menjadi penghalau atau bahkan bisa menjadi peningkat keberhasilan industri.

Maka dari itu perlu dilakukan analisa terhadap pesaing karena jika berhasil mengidentifikasi pesaing, pelaku bisnis dapat menentukan keunggulan atau nilai tambah daripada pelaku bisnis lainnya serta dapat mencari cara mengatasi acaman akibat kelemahan pelaku bisnis terhadap pelaku bisnis lainnya.



Penulis melihat bahwa dewasa ini banyak sekali orang yang sudah melihat peluang dalam dunia agensi pemasaran digital sehingga banyak sekali munculnya agensi mulai dari memilih target pasar yang kelas ekonominya rendah hingga melayani korporat, selain itu adanya juga agensi yang hanya menyediakan jangkauan pelayanan yang sederhana seperti pengolahan sosial media hingga yang menawarkan peningkatan penjualan melalui pembuatan kampanye pemasaran.

Penulis mengambil data pesaing berasal dari observasi langsung dimana penulis dengan sengaja mencoba jasa yang disediakan dari agensi mereka. Agensi tersebut adalah Kamarun dan EF Creative.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dilindungi IBI IKKG (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.



Tabel 3.1
Analisa Pesaing

	Kelebihan	Kelemahan
<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>Kamarun</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilik usaha yang bernama Lala sudah memiliki hampir keseluruhan keahlian yang diperlukan dalam bisnis ini (kemampuan desain dan memahami gambaran dunia bisnis). 2. Pemilik usaha lulusan Sarjana Desain dan Master Ekonomi lulusan Universitas Prasetya Mulya. 3. Sudah memiliki portofolio yang banyak. 4. Sudah memiliki Instagram yang baik sebagai media promosi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum memiliki tim dan organisasi yang lengkap sehingga kemampuan membuka proyek baru sering terhambat. 2. Tidak memiliki kemampuan dalam pembuatan video padahal pada dewasa ini sangat diperlukannya video sebagai alat pemasaran. 3. Belum memiliki website. 4. Jasa yang ditawarkan hanya fokus kepada media sosial Instagram saja dan fotografi produk seadanya. 5. Harga relatif lebih mahal.
<p>EF Creative</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bisnis ini memiliki tim operasional berjumlah empat orang sehingga mampu membagi tugas dan menerima pelanggan lebih banyak. 2. Sudah memiliki Instagram sebagai media pemasaran. 3. Harga yang ditawarkan relatif murah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Anggota bisnis masih berkuliah di Universitas Bunda Mulia 2. Belum memiliki website. 3. Jasa yang ditawarkan hanya pengolahan Instagram, fotografi produk dan pembuatan video yang sederhana. 4. Portofolio belum banyak dan belum melayani proyek yang cukup besar.

Sumber : diolah oleh Hyphn

C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi keunggulan suatu bisnis terhadap pesaingnya. Menurut Fred R. David (2017:219), faktor eksternal PESTEL dibagi menjadi enam kategori yaitu:

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. *Politic* (Politik)

Faktor politik seperti isu politik akan sangat mempengaruhi peluang maupun ancaman bagi sebuah perusahaan. Tidak terkecuali dengan Hyphn. Sebagai agensi digital, isu politik yang sedang berkembang di Indonesia sangat memberikan dampak dan ancaman.

Contoh kasusnya seperti yang terjadi pada aksi 22 Mei 2019 lalu. Pemerintah pada waktu itu telah membatasi penggunaan media sosial untuk kalangan masyarakat dengan tujuan untuk menghindari penyebaran hoaks dalam media sosial. Pembatasan penggunaan internet tersebut telah mempengaruhi industri e-commerce.

Dikutip dari detik.com Ketua Umum Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA) Ignatius Untung menyebutkan bahwa pembatasan akses pada media sosial yang berdampak pada industri e-commerce. Berkaca pada kasus tersebut, situasi ataupun isi politik yang terjadi seperti demo sangat memungkinkan menghambat agensi digital seperti Hyphn.

2. *Economic* (Ekonomi)

Data Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu negara tertentu. PDB juga dapat diartikan sebagai jumlah nilai barang dan jasa akhir yang telah dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi. PDB merupakan salah satu indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi negara dalam suatu periode tertentu.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

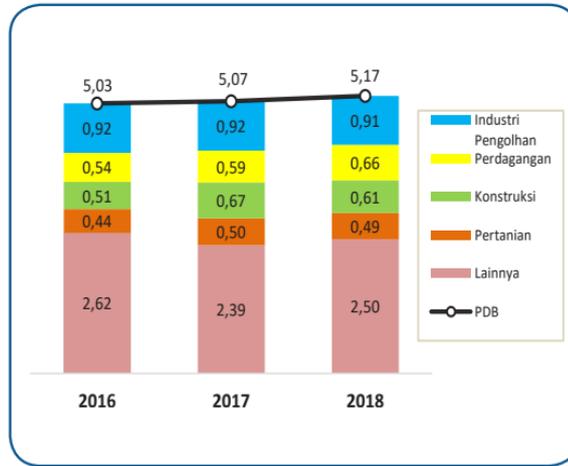
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Gambar 3.3

Sumber dan Pertumbuhan PDB 2016 - 2018



Sumber : bps.go.id

Melalui **Gambar 3.3**, penulis menyimpulkan bahwa Indonesia sedang memiliki keadaan ekonomi yang cenderung mengalami kenaikan dan dalam keadaan perekonomian stabil.

Pertumbuhan ekonomi ini merupakan faktor yang dapat membawa dampak secara langsung terhadap bisnis secara keseluruhan. Jika pertumbuhan perekonomian terus mengalami pertumbuhan, tandanya banyak bisnis yang bagus dan berkembang. Untuk berkembang, pasti pelaku bisnis perlu melakukan pemasaran digital untuk mengikuti industri 4.0. Jika para UMKM kurang mampu mengikuti arus revolusi industri, maka UMKM pasti mencari agensi seperti Hyphn. Hal ini merupakan peluang bagi Hyphn.

© 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. *Social* (Sosial)

Indonesia telah masuk ke industri 4.0 yang merupakan industri berbasis digital dan internet. Hal ini didukung dengan data yang dibahas pada **Gambar 1.2, Gambar 3.1, dan Gambar 3.2** yang menunjukkan perkembangan penduduk Indonesia perihal penggunaan sosial media dan internet.

Hal tersebut mendukung sebuah fakta bahwa perilaku konsumen di Indonesia juga telah berubah dari pembelian secara *offline* menjadi *online*, sehingga bisa menjadi peluang bagi Hyphn untuk membantu pelaku bisnis yang ingin masuk dunia bisnis berbasis daring.

4. *Technology* (Teknologi)

Dalam industri ini, sangat mengandalkan internet sebagai alat penggerak dalam melakukan operasi bisnis karena dalam kesehariannya Hyphn akan sangat bergantung pada internet untuk tetap terkoneksi dengan sosial media. Maka dari itu, diperlukan kecepatan internet yang memadai. Dengan data sebagai berikut:

Tabel 3.2

Kecepatan Internet

Tahun 2017	9,73 Mbps
Tahun 2018	13,79 Mbps

Sumber: databox.katadata.co.id

Peningkatan internet ini sangat mendukung bisnis kami ditambah lagi dengan bertambahnya smartphone yang semakin canggih, dan harganya yang semakin terjangkau.



Contoh : Hp Advan (android) harga RP 800 ribu dengan spesifikasi minimal sebagai alat untuk mendukung jalannya bisnis ini yaitu RAM 1 GB dan ROM 8 GB.

Harga alat teknologi lainnya seperti komputer, kamera, dan perlengkapan mendukung lainnya juga semakin murah dan mudah dijangkau sehingga tidak menjadi penghambat untuk menjalankan bisnis ini.

5. *Environment* (Lingkungan)

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang digital, Hyphn tidak memiliki pengaruh terhadap lingkungan sekitar. Hal ini disebabkan dalam operasinya Hyphn tidak menimbulkan limbah dan jejak karbon. Polusi yang dihasilkan juga sangatlah minimal, setidaknya hanya penggunaan kertas untuk keperluan seadanya yang tidak bisa dilakukan secara digital.

6. *Legal* (Hukum)

Dalam menjalankan bisnis Hyphn, penulis akan memperhatikan peraturan pemerintah yang ada. Salah satunya adalah Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), walaupun bisnis ini merupakan jasa yang bergerak dalam bidang digital tapi peraturan ini sudah terdaftar dalam Undang-undang nomor 7 tahun 2014 pasal 65 dan 66 tentang perdagangan yang menyatakan bahwa setiap pelaku usaha termasuk berbasis jaringan (*online*) harus mendaftarkan usahanya.

© 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.



Selain SIUP, pemilik usaha juga harus memiliki Tanda Daftar

Perusahaan (TDP) beserta NPWP. Jika tidak maka bisnis ini memiliki potensi kerugian untuk membayar denda.

Sumber : <http://goukm.id/cara-izin-usaha-online/>

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Analisis Porter Five Model Forces

Menurut Fred R. David (2017:229), “Model lima kekuatan Porter tentang analisis kompetitif merupakan pendekatan yang paling banyak digunakan untuk mengembangkan strategi di banyak industri”.

Gambar 3.4

Porter Five Model Forces Business Model



Sumber : Fred R. David dan Forest R. David (2017:229), *Strategic Management*

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.



1. Persaingan antar perusahaan yang bersaing pada industri yang sama

Persaingan dapat terjadi jika antara perusahaan menawarkan produk dan layanan yang sejenis sehingga bisa menjadi ancaman bagi pemilik bisnis. Maka dari itu, diperlukan analisa pesaing agar mampu menciptakan sebuah keunggulan yang kompetitif atau nilai yang menjadi pembeda dengan pesaing.

Dalam industri bisnis yang Hyphn jalani, tentu persaingan dapat menjadi sangat tinggi karena adanya pertumbuhan tren yang meningkat. Selain itu, persaingan juga dapat berasal dari munculnya lulusan atau ahli desain dengan jumlah yang banyak menjadi pekerja paruh waktu untuk ikut menjalankan bisnis serupa.

Persaingan yang tinggi mengharuskan penulis mampu menentukan target market dan memiliki keunggulan kompetitif. Dalam bisnis Hyphn, penulis ingin mengutamakan nilai keefisienan dan keefektifan disertai dengan hasil yang berkualitas dan maksimal. Tentu harga yang ditawarkan tergolong lebih tinggi dari pada pekerja paruh waktu atau bisnis serupa yang masih kecil, karena itu penulis memilih target pasar yang tepat yaitu UMKM atau perusahaan yang sudah mampu membayar dan menghargai jasa bisnis ini dengan nilai yang tinggi.

2. Potensi pendatang baru yang masuk kedalam industri

Dengan adanya perkembangan tren dalam industri 4.0 sehingga bisnis ini sangatlah menarik bagi banyak orang sehingga berlomba-lomba untuk menyampaikan keunggulan kompetitifnya masing-masing. Sehingga, ancaman pesaing baru sangatlah tinggi dan dapat merugikan Hyphn kedepannya.



Dalam bisnis Hyphn, penulis ingin menguatkan *brand image* serta menjaga hubungan dengan pelanggan lebih baik. Selain itu, penulis akan memanfaatkan portofolio proyek besar sebagai senjata menghadapi pendatang baru.

3. Ancaman adanya produk pengganti

Dalam berbagai industri, sebuah bisnis tidak hanya bersaing dengan perusahaan yang menawarkan produk dan layanan yang sejenis tapi juga bersaing dengan produk pengganti atau substitusi.

Dalam bisnis Hyphn, ancaman produk pengganti sangatlah rendah karena tidak ada peluang lain selain menggunakan layanan agensi untuk mendukung sebuah perusahaan dalam menjalankan pemasaran. Hanya saja, calon pelanggan dapat tidak menggunakan jasa Hyphn jika sudah memiliki tim internal atau mampu mengatasinya sendiri.

4. Potensi daya tawar dari pembeli

Calon pembeli akan mencari layanan yang dapat memenuhi kebutuhannya dengan membandingkan sumber daya yang dimiliki masing-masing.

Biasanya kekuatan daya tawar pembeli akan berkaitan dengan kemampuan menekan harga atau meminta penawaran dalam memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.

Jika dilihat dengan pertumbuhan industri ini, kekuatan daya tawar pembeli tergolong menengah ke bawah, hal ini dikarenakan masih sedikitnya pilihan calon pelanggan dalam menentukan layanan. Akan tetapi, karena sudah

© 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.



banyaknya persaingan maka calon pelanggan dapat dengan mudah membandingkan harga dari Hyphn dengan pesaing.

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

5. Potensi daya tawar dari pemasok

Semakin banyak sumber pemasok yang bisnis Hyphn perlukan, maka akan semakin rendah juga kekuatan daya tawar dari pemasok karena penulis dapat memilih pemasok sesuai dengan kebutuhan.

Dalam bisnis Hyphn, sumber daya utama yang diperlukan adalah keahlian seseorang atau sumber daya manusia sehingga kekuatan pemasok sedang cenderung tinggi karena tenaga ahli yang ada di Indonesia masih terbatas. Jadi, sulit untuk menemukan anggota yang rela dibayar dengan harga yang murah.

Selain itu berupa teknologi yang dengan mudah didapatkan dan kecepatan internet yang masih terus diperbaiki oleh pemerintah agar dapat mengikuti perkembangan dunia.

E. Analisis *Competitive Profile Matrix*

Menurut Fred R. David (2017:236), “Competitive Profile Matrix (CPM) mengidentifikasi pesaing utama perusahaan serta kekuatan dan kelemahannya dalam kaitannya posisi strategis perusahaan sampel”. Dalam CPM terdapat unsur-unsur yang perlu diperhatikan yaitu :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



1. *Critical Success Factors*

Faktor kunci sukses merupakan sebuah isu-isu baik internal maupun eksternal yang menjadi sebuah acuan bagi para pelaku industri dalam menjalankan bisnisnya.

2. *Rating*

Peringkat dalam CPM menunjukkan respon perusahaan dalam menanggapi faktor kunci sukses. Semakin tinggi peringkatnya, maka perusahaan tersebut mampu merespon faktor kunci sukses dengan baik. Peringkat ini memiliki jangkauan dari 1.0 hingga 4.0.

3. *Weight*

Atribut bobot pada CPM menunjukkan kepentingan relatif dari faktor kunci sukses. Total nilai harus berjumlah 1.0 dimana yang mendekati nilai 1.0 dianggap faktor kunci sukses tersebut yang penting.

4. *Total Weighted Score*

Jumlah dari nilai peringkat tertimbang yang harus antara rentang 1.0 hingga 4.0 dimana nilai rata-rata matriks CPM adalah 2.5 sehingga jika dibawah totalnya dianggap perusahaan lemah dan sebaliknya.

Dibawah ini penulis akan menyajikan data *Competitive Profile Matriks* yang telah diolah dengan membandingkan Hyphn dengan pesaingnya yaitu Kamarun dan EF Creative.



Tabel 3.3

CPM (*Competitive Profile Matrix*)

Critical Success Factor	Weight	Hyphn Agency		Kamarun		EF Creative	
		Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score
Harga	0,160	2	0,320	3	0,480	4	0,640
Layanan yang lengkap	0,171	4	0,684	2	0,342	2	0,342
Kemudahan dalam berkomunikasi	0,174	4	0,696	4	0,696	3	0,522
Citra Merek Agensi	0,153	4	0,619	3	0,459	3	0,459
Fleksibilitas dalam bekerja	0,169	3	0,507	2	0,338	4	0,676
Kecepatan dalam bekerja	0,173	3	0,519	3	0,519	4	0,692
TOTAL	1		3,338		2,834		3,331

Sumber : diolah oleh Hyphn dengan data kuesioner

Berikut adalah penjelasan mengenai posisi Hyphn dan pesaing berdasarkan

Tabel 3.3 CPM (*Competitive Profile Matrix*) :

1. Harga

Hyphn berada pada peringkat kedua karena harga yang ditawarkan memiliki harga yang lebih mahal daripada kedua pesaing tersebut. Meskipun memiliki harga yang relatif lebih mahal, Hyphn akan memberikan pelayanan yang maksimal dan penambahan nilai lainnya agar calon konsumen dapat menerima dengan harga tersebut.



Sedangkan Kamarun dan EF Creative berada pada peringkat ketiga dan keempat dikarenakan Kamarun merupakan usaha yang hanya dilakukan oleh satu orang individu serta EF Creative dioperasikan oleh mahasiswa yang sedang berkuliah.

2. Layanan yang lengkap

Jumlah layanan yang ditawarkan juga berpengaruh terhadap sebuah bisnis agensi ini dikarenakan calon konsumen tidak perlu mencari pihak agensi lainnya untuk membantu jalannya operasi bisnis mereka.

Hyphn berada pada peringkat keempat dikarenakan mampu memberikan pelayanan yang lebih banyak daripada pesaingnya. Tidak hanya pengolahan sosial media saja melainkan dapat menyediakan desain untuk *branding*, jasa konsultasi bisnis, dan *brainstorming* bersama. Untuk mendukung operasi bisnis calon konsumen, Hyphn juga menyediakan jasa fotografi dan videografi.

3. Kemudahan dalam berkomunikasi

Dalam faktor kunci sukses, poin ini memiliki bobot yang paling besar. Hal ini berarti, para responden mengharapkan kemudahan dalam berkomunikasi dengan agensi dalam perihal konsultasi, meminta sesuatu, atau komplain.

Hyphn berada pada peringkat keempat karena dalam menjalankan operasinya, penulis akan membuat sebuah grup chat dengan 1 Business Development yang menjadi wakil Hyphn dalam berkomunikasi dengan konsumen.

© 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.



Konsumen dapat berhubungan 1x24 jam melalui via chat serta dapat melakukan telepon dengan melakukan perjanjian terlebih dahulu. Hyphn juga menyediakan kesempatan melakukan *brainstorming* dengan bertatap muka sesuai dengan paket yang dipilih

4. Citra Merek Agensi

Hyphn berada pada peringkat keempat dikarenakan dalam operasinya, Hyphn sudah memiliki pengalaman dengan tingkat konsumen yang sudah berbentuk Perseroan Terbatas (PT) serta bisnis yang besar seperti Autoglaze.

Hal ini dapat menjadi jaminan bagi calon konsumen bahwa Hyphn dapat membantu mengembangkan bisnis konsumen dan menjalankan tugasnya dengan baik.

5. Fleksibilitas dalam bekerja

Dalam menjalankan operasi, Hyphn sudah memiliki sistem agar pekerjaan dapat diselesaikan dengan baik, akan tetapi jika sudah ada kesepakatan di awal proses pengerjaan dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen, maka dari itu Hyphn berada pada peringkat ketiga.

Kamarun berada pada peringkat kedua, karena dalam sistem kerjanya selalu berbentuk periode bulanan dan konsumen tidak dapat melakukan permintaan desain yang mendadak sedangkan EF Creative berada pada peringkat keempat karena dalam sistem kerjanya sangat fleksibel.

6. Kecepatan dalam bekerja

Hyphn sudah memiliki sistem alur operasi kerja sehingga pengerjaan disesuaikan dengan target waktu. Lama pengerjaan sangat variatif disesuaikan

© 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.



dengan jenis pengerjaan yang diinginkan oleh calon konsumen. Dalam hal ini Hyphn dan Kamarun berada pada peringkat ketiga karena dalam lama pengerjaan memiliki waktu yang serupa. Hal ini dikarenakan perlunya proses internal dalam masing-masing agensi. Sedangkan EF Creative berada pada peringkat keempat karena bisa meminta pekerjaan yang mendadak dan diselesaikan dalam 1x24 jam.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

F. Analisis SWOT

SWOT merupakan sebuah pendekatan yang berfungsi untuk menganalisa lingkungan eksternal dan Internal. Pengertian SWOT menurut David (2006:47) yaitu:

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan

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.

antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

Berikut adalah analisis lingkungan internal dan eksternal dalam bisnis Hyphn beserta dengan strategi yang akan dijalankan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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.



Tabel 3.4
Analisis Matriks SWOT Hyphn

<p>Internal</p> <p>Strength</p>	<p>Strength</p>	<p>Weakness</p>
<p>External</p> <p>Opportunity</p> <p>1. Berkembangnya pertumbuhan UMKM setiap tahunnya.</p> <p>2. Bisnis serupa yang menyediakan jasa yang lengkap masih jarang.</p> <p>3. Banyak pemilik usaha yang belum memiliki pengetahuan serta butuh jasa mengenai pemasaran digital.</p>	<p>1. Menawarkan kepada pemilik usaha untuk menggunakan jasa dari Hyphn tanpa perlu bingung memenuhi kebutuhan pemasaran lainnya. (O1;S1)</p> <p>2. Membanjiri komunitas pengusaha UMKM dengan memanfaatkan testimoni dan hasil pengerjaan proyek sebelumnya yang dengan perusahaan besar. (O1;S1)</p> <p>3. Membangun hubungan yang baik dengan calon konsumen dengan menginformasikan pentingnya pemasaran digital bagi usaha. (O2;S3)</p>	<p>1. Memanfaatkan kelengkapan jasa yang yang dapat ditawarkan sebagai penambah nilai usaha ini. (O2;W1)</p>
<p>Treat</p> <p>1. Munculnya bisnis-bisnis baru yang sejenis.</p> <p>2. Banyak perusahaan besar menyediakan <i>platform</i> yang dapat mempermudah dalam memasarkan bisnisnya seperti Bukalapak, Tokopedia, dan lainnya.</p> <p>3. Tingkat UMR yang semakin tinggi.</p>	<p>1. Memanfaatkan citra merek yang kuat dan kelengkapan layanan yang dapat ditawarkan sebagai pembeda dengan bisnis serupa yang baru muncul. (T1;S3)</p> <p>2. Mencari calon konsumen yang usahanya sudah besar atau sudah berbentuk perusahaan agar dapat membuat penawaran harga yang lebih tinggi. (T3;S3)</p>	<p>1. Bekerja sama dengan para calon pebisnis usaha ini dengan membuat perjanjian bagi hasil dengan syarat bisnis baru tersebut melempar klien baru kepada Hyphn sehingga tak perlu perang harga. (T1;W1)</p> <p>2. Merekrut tenaga kerja yang kurang berpengalaman atau <i>fresh graduate</i> agar dapat menghemat biaya operasional usaha ini. (T3;W1)</p>

Sumber : diolah oleh Hyphn

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, peridatan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



© Hak cipta 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.