

Nama : Andi Illa Erviani Nensi

Nim : 200102502002

Kelas : DS02

Latihan Ke-5

Studi Kasus

Kandang Peternakan Syafruddin merupakan salah satu kandang peternakan yang memiliki populasi penempatan bibit unggas yang lumayan terbanyak di daerah Tamalatea. Akan tetapi dalam mempromosikan hasil ternaknya, tidak selalu habis dibanding hasil produk dari kompetitor lain. Dari hal tersebut, pendapatan yang diperoleh makin berkurang dan terus menurun dibanding kompetitor yang lain. Informasi lengkap dari indikator :

Daftar Kompetitor	Type (Populasi/ekor)	Harga/Kg	Diskon	Nilai Diskon
Syafruddin	5000	Rp 18.000,00	10%	Rp 1.800,00
Andi Nur Ilham	7000	Rp 18.500,00	15%	Rp 2.775,00
Sumarni	3000	Rp 18.000,00	5%	Rp 900,00
DG Uddin	5000	Rp 18.200,00	13%	Rp 2.366,00
Kasmiati	5000	Rp 18.000,00	5%	Rp 900,00

Tabel 1

Penentuan Kompetitor dan Indikator Ukur

Daftar Kompetitor	Produk (ayam/kg)
Syafruddin	2-3 kg
Andi Nur Ilham	1,8-3 kg
Sumarni	2-3 kg
DG Uddin	2-3 kg
Kasmiati	2-3 kg

Tabel 2

Perbandingan Kompetitor

Daftar Kompetitor	Karyawan (People)
Syafruddin	1
Andi Nur Ilham	3
Sumarni	1
DG Uddin	2
Kasmiati	-

Tabel 3

Perbandingan Kondisi Indikator

Daftar Kompetitor	Fasilitas
Syafruddin	Makan dan minum, Kipas, Pemanas
Andi Nur Ilham	Makan dan minum, Kipas, Pemanas
Sumarni	Makan dan minum, Kipas, Pemanas
DG Uddin	Makan dan minum, Kipas, Pemanas
Kasmiati	Makan dan minum, Pemanas

Tabel 4

Perbandingan Kondisi Indikator

Daftar Kompetitor	Alamat	Jarak Ke Kota /Km	Durasi /Menit
Syafruddin	Barayya	6,4	17
Andi Nur Ilham	Barayya	6,4	17
Sumarni	Gantinga	6	13
DG Uddin	Bonto Ramba	5,5	14
Kasmiati	Barayya	6,4	17

Tabel 5

Perbandingan Kondisi Indikator

Daftar Kompetitor	Promosi
Syafruddin	Media Sosial
Andi Nur Ilham	Google & Media Sosial
Sumarni	Media Sosial
DG Uddin	Media Sosial
Kasmiati	Media Sosial

Tabel 6

Perbandingan Kompetitor

Daftar Kompetitor	Proses Produksi
Syafruddin	Menggunakan catatan pengeluaran dengan menghitung timbangan per panennya.
Andi Nur Ilham	Menggunakan catatan pengeluaran dengan menghitung timbangan per panennya.
Sumarni	Menggunakan catatan pengeluaran dengan menghitung timbangan per panennya.
DG Uddin	Menggunakan catatan pengeluaran dengan menghitung timbangan per panennya.
Kasmiati	Menggunakan catatan pengeluaran dengan menghitung timbangan per panennya.

Tabel 7

Perbandingan Kompetitor

Dari data yang diberikan, kita dapat mengenalisis dengan menggunakan analisis positioning metode 7P.

Jawaban:

Berdasarkan data yang ada maka kita dapat melakukan klasifikasi terlebih dahulu mana yang masuk kedalam Price, Promotion, Place dan seterusnya. Kemudian setelah itu kita tentukan GAP serta ancamannya.

1) Analisis dari segi produk

Daftar Kompetitor	Produk (ayam/kg)	Type (Populasi/ekor)	GAP		Keterangan	Ancaman
			Produk (ayam/kg)	Type (Populasi/ekor)		
Syafruddin	2-3 kg	5000				
Andi Nur Ilham	1,8-3 kg	7000	1	2000	Produk yang dihaliskan lebih unggul dan lebih banyak	Ancaman
Sumarni	2-3 kg	3000	-	-2000	Produk yang dihasilkan lebih rendah	Bukan Ancaman
DG Uddin	2-3 kg	5000	-	-	Produk yang dihasilkan sama	Bukan Ancaman
Kasmiati	2-3 kg	5000	-	-	Produk yang dihasilkan sama	Bukan Ancaman

2) Analisis Price

Daftar Kompetitor	Harga/Kg	GAP	Ketereangan	Ancaman
Syafruddin	Rp18.000,00			
Andi Nur Ilham	Rp18.500,00	Rp500,00	Harga lebih tinggi	Bukan Ancaman
Sumarni	Rp18.000,00	-	Harga sama	Bukan Ancaman
DG Uddin	Rp18.200,00	Rp200,00	Harga lebih tinggi	Bukan Ancaman
Kasmiati	Rp18.000,00	-	Harga sama	Bukan Ancaman

3) Analisis Promotion

Daftar Kompetitor	Diskon	Nilai Diskon	Promosi	GAP			Keterangan	Ancaman
				Diskon	Nilai Diskon	Promosi		
Syafruddin	10%	Rp1.800,00	Media Sosial					
Andi Nur Ilham	15%	Rp2.775,00	Google & Media Sosial	5%	Rp975,00	Tidak ada promosi google	Harga diskon lebih tinggi	Ancaman
Sumarni	5%	Rp900,00	Media Sosial	-5%	-Rp900,00	sama	Harga diskon lebih rendah	Bukan Ancaman
DG Uddin	13%	Rp2.366,00	Media Sosial	3%	Rp566,00	sama	Harga diskon lebih tinggi	Ancaman
Kasmiati	5%	Rp900,00	Media Sosial	-5%	-Rp900,00	sama	Harga diskon lebih rendah	Bukan Ancaman

4) Analisis Place

Daftar Kompetitor	Jarak Ke Kota /Km	Durasi /Menit	GAP		Keterangan	Ancaman
			Jarak Ke Kota /Km	Durasi /Menit		
Syafruddin	6,4	17				
Andi Nur Ilham	6,4	17	-	-	Jarak dan waktu sama	Bukan Ancaman
Sumarni	6	13	-0,4	-4	Jarak dan durasi waktu ke kota lebih dekat dan sedikit	Ancaman
DG Uddin	5,5	14	-0,9	-3	Jarak dan durasi waktu ke kota lebih dekat dan sedikit	Ancaman
Kasmiati	6,4	17	-	-	-	Bukan Ancaman

5) Analisis People

Daftar Kompetitor	Karyawan (People)	GAP	Keterangan	Ancaman
Syafruddin	1			
Andi Nur Ilham	3	2	Kalah dari jumlah dalam melakukan penjualan	Ancaman
Sumarni	1	-	Sama	Bukan Ancaman
DG Uddin	2	1	Kalah dari jumlah dalam melakukan penjualan	Ancaman
Kasmiati	-	-1	Lebih unggul dari jumlah dalam melakukan penjualan	Bukan Ancaman

6) Analisis Process

Daftar Kompetitor	Proses Produksi	GAP	Keterangan	Ancaman
Syafruddin	Menggunakan catatan pengeluaran dengan menghitung timbangan per panennya.			
Andi Nur Ilham	Menggunakan catatan pengeluaran dengan menghitung timbangan per panennya.	-	Dalam proses produksi sama	Bukan Ancaman
Sumarni	Menggunakan catatan pengeluaran dengan menghitung timbangan per panennya.	-	Dalam proses produksi sama	Bukan Ancaman
DG Uddin	Menggunakan catatan pengeluaran dengan menghitung timbangan per panennya.	-	Dalam proses produksi sama	Bukan Ancaman
Kasmiati	Menggunakan catatan pengeluaran dengan menghitung timbangan per panennya.	-	Dalam proses produksi sama	Bukan Ancaman

7) Analisis Physical Evidence

Daftar Kompetitor	Fasilitas	GAP	Keterangan	Ancaman
Syafruddin	Makan dan minum, Kipas, Pemanas			
Andi Nur Ilham	Makan dan minum, Kipas, Pemanas	-	Fasilitas Sama	Bukan Ancaman
Sumarni	Makan dan minum, Kipas, Pemanas	-	Fasilitas Sama	Bukan Ancaman
DG Uddin	Makan dan minum, Kipas, Pemanas	-	Fasilitas Sama	Bukan Ancaman
Kasmiati	Makan dan minum, Pemanas	Kurang Kipas	Fasilitas Lebih Unggul	Bukan Ancaman

Dari seluruh data dan analisis data di atas kita bisa merangkum semuanya agar tahu siapa Kompetitor yang paling memiliki daya saing tinggi dan tidak atau yang paling mengancam dalam bisnis. Dari data tersebut juga bisa dilihat apa-apa saja yang dapat dimanfaatkan serta perbaiki.

Daftar Kompetitor	7P							Ancaman
	Product	Price	Promotion	Place	People	Process	Physical Evidence	
Andi Nur Ilham	Ancaman	Bukan Ancaman	Ancaman	Bukan Ancaman	Ancaman	Bukan Ancaman	Bukan Ancaman	High
Sumarni	Bukan ancaman	Bukan Ancaman	Bukan Ancaman	Ancaman	Bukan Ancaman	Bukan Ancaman	Bukan Ancaman	Medium
DG Uddin	Bukan ancaman	Bukan Ancaman	Ancaman	Ancaman	Ancaman	Bukan Ancaman	Bukan Ancaman	High
Kasmiati	Bukan ancaman	Bukan Ancaman	Bukan Ancaman	Bukan Ancaman	Bukan Ancaman	Bukan Ancaman	Bukan Ancaman	Low

Dari data tabel diatas kita bisa mengambil kesimpulan besar bahwa Pak Syafruddin memiliki Unique Selling Point pada Price, Process dan Physical Evidence yang dalam hal ini adalah harga, proses produksi dan fasilitas. Oleh sebab itu, branding terbaik adalah dengan mengangkat harga, proses dan fasilitas ke public. Sedangkan pada sisi-sisi yang lain perlu diadakan berbagai macam perbaikan demi meningkatkan penjualan pada konsumen. Dan dari ancaman terberat pada bagian kompetitor yaitu Andi Nur Ilhan dan DG Uddin sehingga Syafruddin bisa melakukan hal yang sama dari 7P yang lain atau bahkan lebih ditingkatkan lagi.