

### BAB III

#### ANALISA INDUSTRI

#### 3.1 Harapan dan Potensi Pertumbuhan Industri

Usaha di bidang jasa kematian di kota Surabaya mempunyai prospek bisnis yang baik, hal ini disebabkan karena kematian yang selalu ada dan tidak dapat dihindari., sementara itu penyedia jasa kematian hanya ada empat, yaitu ARIO, TIARA, BAGUS, dan CARRARA, sedangkan tempat persemayaman jenazah hanya ada satu, yaitu Yayasan Adi Jasa. Untuk tempat persemayaman jenazah dirasakan sudah tidak memadai lagi kapasitasnya dalam menampung jenazah, data Adi Jasa tahun 2001 menunjukkan bahwa terdapat 2.160 jenazah yang di semayamkan disini. Data lain yang dapat menunjang yaitu rata-rata penjualan peti mati dan siupan 25 unit setiap bulannya tetapi pada bulan Juli dan Agustus rata-rata penjualan peti mati dan siupan meningkat mencapai 35 unit setiap bulannya (sumber: Bagus, TIARA, Adi Jasa), sehingga harus ditambah tempat persemayaman satu lagi, agar dapat memberikan *service* yang cepat.

Melihat kenyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha di bidang jasa kematian dan tempat persemayaman jenazah memiliki prospek yang cukup baik.

#### 3.2 Bentuk dan Ukuran Pasar

Mulia Sejahtera adalah usaha jasa kematian dengan memiliki kelebihan utama, yaitu menawarkan jasa ruang persemayaman jenazah, pujasera, penitipan abu, ruang pendingin dan barang-barang kematian. Mulia Sejahtera juga menyediakan fasilitas penginapan ber AC bagi keluarga yang ditinggalkan. Hal itulah yang menjadi pembeda utama dibandingkan bisnis yang lainnya dan Mulia Sejahtera merupakan perusahaan penyedia pelayanan seperti ini untuk pertama kalinya di Surabaya.

Tabel 3.1

Populasi Penduduk Surabaya 1961, 1971, 1980, 1990, 2000

	1961	1971	1980	1990	2000
Surabaya	1.007.945	1.556.225	2.027.913	2.483.871	2.599.796

Sumber : Badan Pusat Statistik kota Surabaya (Surabaya dalam angka 2000)

Tabel 3.2  
Data Pemeluk Agama Menurut Jenisnya (1997-2000)

Agama / <i>Religious</i>	1997	1998	1999	2000
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Islam	2070099	2070290	2043229	2051747
Katholik	136286	133669	151374	175315
Kristen	168781	168781	198914	241168
Hindu	57148	44268	41720	41475
Budha	35809	35413	38190	45233

Sumber : Badan Pusat Statistik kota Surabaya (Surabaya dalam angka 2000)

Tabel 3.3  
Data Kematian Menurut Jenis Kelamin.

Tahun	Laki	Perempuan	Jumlah
1996	2512	1955	4467
1997	5024	3787	8811
1998	5445	4407	9852
1999	5381	4369	9750
2000	5923	4476	10399

Sumber: Badan Pusat Statistik kota Surabaya (Surabaya dalam angka 2000)

Dari ketiga data diatas dapat disimpulkan bahwa penduduk Surabaya (tahun 2000) sebesar 2.599.796 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk 0,45% per tahun, angka kematian 0,39 - 0,4% per tahun dan 20% dari total populasi beragama Kristen, Katholik dan Budha. Berdasarkan angka kematian pada tahun 2000 yaitu sebesar 10.399 diasumsikan 20% beragama Kristen, Katholik, dan Budha, sehingga diperoleh angka kematian yang menjadi pangsa pasar bagi perusahaan jasa kematian sebesar 2.079 orang. Dari 2.079 orang Mulia Sejahtera mengambil pangsa pasar sebesar 18% yaitu sebesar 374 orang.

Melihat kenyataan ini diperoleh kesimpulan bahwa usaha jasa kematian di kota Surabaya mempunyai prospek yang cukup baik.

### **3.3 Pesaing dan Persaingan**

Bisnis yang berpotensi besar menjadi pesaing perusahaan adalah Yayasan Adi Jasa dan juga beberapa perusahaan pemakaman yang mempunyai nama terkenal di Surabaya seperti Ario yang telah berdiri tahun 1980 yang beralamat di jalan Dinoyo 94-96 Surabaya telepon 5619000 dan Carrara, berdiri tahun 1948 beralamat di jalan Gemblongan VI/10 Surabaya telepon 5340130. Sedangkan untuk penyediaan ruangan persemayaman untuk jenazah di Surabaya hanya terdapat di Yayasan Adi Jasa jalan Demak 90-92 Surabaya yang berdiri pada tahun 1983

Perusahaan jasa kematian tersebut (Ario dan Carrara) hanya melayani pengambilan jenazah di rumah sakit-rumah sakit setelah semua administrasi diselesaikan oleh anggota keluarga dan membawa jenazah tersebut untuk disemayamkan (bila keluarga menghendaki). Setelah itu pihak perusahaan jasa kematian dapat mengurus semua keperluan mulai pembelian peti mati atau siupan, pengurusan surat-surat kematian dan surat jalan sampai dengan proses pemakaman atau perabuan.

Tabel 3.4  
Analisa SWOT Mulia Sejahtera, Carrara, Ario dan Adi Jasa

	Mulia Sejahtera	Carrara	Ario	Adi Jasa
<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya ruang persemayaman.</li> <li>• Fasilitas penginapan gratis</li> <li>• <i>One stop service</i></li> <li>• Ambulan berAC.</li> <li>• Jenazah dapat keluar dari RS dengan jaminan TIARA</li> <li>• Aliansi dengan TIARA.</li> <li>• Peti mati dan siupan berkualitas tinggi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki nama yang terkenal.</li> <li>• Pelanggannya banyak.</li> <li>• Peti mati dan siupan berkualitas tinggi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki nama yang terkenal.</li> <li>• Pelanggannya banyak.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merupakan satu-satunya tempat persemayaman jenazah di Surabaya</li> <li>• Lahan parkir yang luas.</li> </ul>
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mulia Sejahtera belum banyak dikenal masyarakat.</li> <li>• Lahan parkir kurang luas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak memiliki tempat persemayaman jenazah sendiri.</li> <li>• Tidak memiliki ambulan berAC.</li> <li>• Tidak memberikan jaminan untuk mengeluarkan jenazah dari RS.</li> <li>• Tidak <i>One stop service</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak memiliki tempat persemayaman jenazah sendiri.</li> <li>• Tidak memiliki ambulan berAC.</li> <li>• Tidak memberikan jaminan untuk mengeluarkan jenazah dari RS.</li> <li>• Tidak <i>One stop service</i>.</li> <li>• Peti mati dan siupankurang bagus kualitasnya.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak memiliki fasilitas penginapan.</li> <li>• Tidak memberikan jasa layanan kematian seperti peti mati, dan siupan.</li> </ul>
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angka kematian yang cukup tinggi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angka kematian yang cukup tinggi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angka kematian yang cukup tinggi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum ada tempat persemayaman jenazah lain di Surabaya.</li> </ul>
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bisnis ini mudah ditiru.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya ancaman pesaing baru.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya ancaman pesaing baru.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya ancaman pesaing baru.</li> </ul>

Sumber: Hasil pengamatan dan wawancara

Tabel 3.5  
Analisa SWOT Mulia Sejahtera

	<b><i>Strength</i></b>	<b><i>Weakness</i></b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki ruang persemayaman jenazah.</li> <li>• Fasilitas penginapan gratis.</li> <li>• <i>One stop service</i>.</li> <li>• Ambulan berAC.</li> <li>• Jenazah dapat keluar dari RS dengan jaminan TIARA.</li> <li>• Aliansi dengan TIARA.</li> <li>• Peti mati dan siupan berkualitas tinggi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masih baru dan belum terkenal.</li> <li>• Lahan parkir kurang luas.</li> </ul>
<b><i>Opportunity</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angka kematian yang cukup tinggi.</li> <li>• Memberikan layanan yang memuaskan sehingga terjalin hubungan yang baik dengan <i>customer</i>.</li> <li>• Memasukkan nama perusahaan di koran pada bagian berita duka setiap hari.</li> <li>• Meningkatkan kualitas peti mati, siupan dan paket Kristen, Katholik, Budha dan Kong Hu Cu.</li> <li>• Menawarkan produk barang dan jasa dengan harga yang kompetitif.</li> <li>• Mempertahankan hubungan baik dengan pihak rumah sakit sehingga jenazah dapat keluar dari rumah sakit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memasukkan nama perusahaan di koran pada bagian berita duka setiap hari.</li> <li>• Menempatkan <i>sales person</i> yang komunikatif di setiap rumah sakit.</li> <li>• Memberikan fasilitas penginapan gratis (terdapat AC, TV dan kamar mandi dalam)</li> <li>• Menjaga keamanan parkir mobil yang berada di luar <i>area</i> Mulia Sejahtera.</li> </ul>
<b><i>Threat</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mudah ditiru.</li> <li>• Memberikan layanan yang lebih baik dari pesaing.</li> <li>• Menawarkan produk barang dan jasa dengan harga yang kompetitif</li> <li>• Meningkatkan kualitas peti mati, siupan dan paket Kristen, Katholik, Budha dan Kong Hu Cu.</li> <li>• Menempatkan <i>sales person</i> yang komunikatif di setiap rumah sakit.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menawarkan produk barang dan jasa dengan harga yang kompetitif.</li> <li>• Memberikan fasilitas penginapan gratis (terdapat AC, TV dan kamar mandi dalam).</li> <li>• Menjaga kualitas produk barang dan jasa yang ditawarkan.</li> <li>• Menempatkan <i>sales person</i> yang komunikatif di setiap rumah sakit.</li> </ul>

Sumber: Hasil pengamatan dan wawancara

Tabel 3.6

*Competitive Profile Matrix*

Mulia Sejahtera, Carrara, Ario dan Adi Jasa

	Mulia Sejahtera	Carrara	Ario	Adi Jasa
Lokasi	Cukup Strategis	Cukup Strategis	Cukup Strategis	Strategis
Kualitas Produk	Baik	Baik	Kurang Baik	Tidak ada
Jenis Layanan	Lengkap	Lengkap	Lengkap	Tidak Lengkap
Harga	Bersaing	Bersaing	Mahal	Bersaing
Rumah Duka	Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	Ada
Kenyamanan	Cukup Nyaman	Kurang Nyaman	Cukup Nyaman	Tidak Nyaman
Promosi	Gencar	Gencar	Gencar	Tidak Pernah

Sumber: Hasil pengamatan dan wawancara

Tabel 3.7

Bobot CPM Mulia Sejahtera, Carrara, Ario dan Adi Jasa

Atribut	Rate	Mulia Sejahtera		Carrara		Ario		Adi Jasa	
		Bobot	Total	Bobot	Total	Bobot	Total	Bobot	Total
Lokasi	0.2	2	0.4	2	0.4	2	0.4	4	0.8
Kualitas Produk	0.2	4	0.8	4	0.8	3	0.6	1	0.2
Jenis Layanan	0.2	4	0.8	4	0.8	4	0.8	1	0.2
Harga	0.1	2	0.2	2	0.2	1	0.1	2	0.2
Persemayaman Jenazah	0.1	4	0.4	1	0.1	1	0.1	4	0.4
Kenyamanan	0.1	3	0.3	2	0.2	2	0.2	1	0.1
Promosi	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3	1	0.1
Total	1		3.2		2.8		2.5		2

Sumber: Hasil pengamatan dan wawancara

Berdasarkan hasil analisis *Competitive Profile Matrix* di atas, dapat diperkirakan bahwa Mulia Sejahtera menempati urutan pertama dalam bisnis jasa

kematian berdasarkan faktor tersedianya rumah duka dan tempat yang nyaman. *Rate* diperoleh dengan mengasumsikan prioritas kepentingan dari tiap atribut yang dibandingkan. Bobot diperoleh berdasarkan urutan tingkat 1 sampai 4 (karena terdapat empat perusahaan), dimana semakin besar semakin baik.

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah diperoleh, Mulia Sejahtera dapat menentukan strategi kompetitif dalam menghadapi pesaing, yaitu :

1. Ario

Strategi yang akan digunakan oleh Mulia Sejahtera dalam menghadapi Ario adalah menggunakan strategi yang memungkinkan Mulia Sejahtera sebagai penantang untuk memusatkan kekuatannya dalam menghadapi kelemahan pesaing. Ario memiliki kelemahan dalam kualitas produk, harga yang lebih mahal dan tidak memiliki tempat persemayman jenazah. Melihat kelemahan Ario, Mulia Sejahtera dapat mengambil kesempatan ini dengan menyediakan produk berkualitas tinggi dengan harga lebih murah dan menyediakan tempat persemayaman jenazah.

2. Carrara

Carrara memiliki kelemahan dalam menyediakan tempat persemayaman jenazah, sehingga Mulia Sejahtera dapat menekankan *selling point* perusahaan, yaitu mampu menyediakan tempat persemayaman jenazah seketika jika ruangan masih tersedia.

3. Adi Jasa

Adi Jasa memiliki kelemahan dalam hal jenis layanan, kenyamanan, dan promosi, tetapi memiliki keunggulan pada lokasi yang strategis dan lahan parkir yang luas. Melihat kenyataan ini Mulia Sejahtera harus membangun tempat yang nyaman, memberikan layanan *one stop service*, menjaga

mobil yang parkir di luar *area* Mulia Sejahtera dan memberikan fasilitas penginapan gratis.

*Selling point* perusahaan Mulia Sejahtera:

1. Dapat menyediakan tempat persemayaman seketika jika ruang masih tersedia.
2. Adanya fasilitas penginapan gratis.
3. Mengeluarkan jenasah dari rumah sakit dengan jaminan perusahaan Tiara.

Tabel 3.8

Perbandingan Harga Produk Dari Tiap Perusahaan

**Mulia Sejahtera**

Produk	Spesifikasi Produk	Harga
Peti Langsung dimakamkan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kayu triplek/kayu lapis</li> </ul>	Rp 500.000
Peti mati (Kristen/ Katholik)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Model Holland/kotak</li> <li>• Kayu Trembesi</li> <li>• Tebal 2cm</li> </ul>	Rp 3.250.000
Siupan (Budha/Kong Hu Cu)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Model Bunga Teratai</li> <li>• Kayu jati</li> <li>• 19 inci</li> </ul>	Rp 25.000.000

Sumber: Daftar harga Tiara

**Ario**

Produk	Spesifikasi Produk	Harga
Peti Langsung dimakamkan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kayu triplek/kayu lapis</li> </ul>	Rp 450.000
Peti mati (Kristen/ Katholik)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Model Holland/kotak</li> <li>• Kayu Trembesi</li> <li>• Tebal 2cm</li> </ul>	Rp 3.300.000

Sumber: Hasil wawancara

### Carrara

Produk	Spesifikasi Produk	Harga
Peti Langsung dimakamkan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kayu triplek/kayu lapis</li> </ul>	Rp 500.000
Peti mati (Kristen/ Katholik)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Model Holland/kotak</li> <li>• Kayu Trembesi</li> <li>• Tebal 2cm</li> </ul>	Rp 3.200.000
Siupan (Budha/Kong Hu Cu)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Model Bunga Teratai</li> <li>• Kayu jati</li> <li>• Tebal 19 inci</li> </ul>	Rp 26.000.000

Sumber : Hasil wawancara (diolah)

### 3.4 Trend Pelanggan

Pada awalnya usaha pemakaman hanya menyediakan tempat persemayaman saja atau menyediakan jasa layanan kematian saja. Namun seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat cenderung menyukai hal-hal praktis, karena selain menghemat uang, juga dapat menghemat waktu dan tenaga.

Hasil survei yang dilakukan oleh penulis menunjukkan tentang perlunya fasilitas penginapan.

Tabel 3.9

Hasil Survei Perlunya Fasilitas Penginapan

	Frekuensi	Persen
Sangat tidak perlu	1	1
Tidak perlu	2	2
Cenderung tidak perlu	11	11
Cenderung perlu	52	52
Perlu	22	22
Sangat tidak perlu	12	12
Total	100	100

Sumber: Lampiran 4

Alasan perlunya fasilitas penginapan.

Tabel 3.10

Hasil Survei Alasan Perlunya Fasilitas Penginapan

	Frekuensi	Persen
Lebih enak tidur di rumah	4	4
Dekat rumah	3	3
Kurang Nyaman	6	6
Semakin lengkap semakin baik	5	5
Digunakan untuk tiduran	9	9
Untuk istirahat	12	12
Untuk jaga hari terakhir	31	31
Tidak usah bolak-balik	7	7
Agar tidak capek	23	23
Total	100	100

Sumber: Lampiran 4

Para responden berpendapat bahwa tempat persemayaman jenazah perlu diberi tempat penginapan, hal ini dapat dilihat bahwa 52% responden menjawab cenderung perlu adanya penginapan. Adanya tempat penginapan dapat dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan seperti istirahat agar tidak capek dan yang paling banyak adalah untuk jaga pada hari terakhir, yaitu sebanyak 31% responden menjawab demikian.

Oleh karena itu Mulia Sejahtera akan menyediakan layanan jasa kematian beserta tempat persemayaman, penginapan, dan pujasera, dalam satu tempat yaitu di jalan Nilam 21-23 Perak dekat dengan tol Surabaya. Dengan kemudahan-kemudahan tersebut pengguna dapat memenuhi berbagai kebutuhannya, sehingga dapat menghemat waktu, tenaga, dan uang.

### 3.5 Trend Nasional dan Ekonomi

Jasa kematian dan persemayaman sudah ada di Jakarta dan Malang. Di Jakarta bisnis ini bernama rumah duka Atmajaya memiliki 26 ruang persemayaman dan 24 ruang penginapan. Di kota bernama Malang Yayasan Gotong Royong memiliki 8 ruang persemayaman dan 7 ruang penginapan. Usaha ini dapat diterapkan di Surabaya, karena perkembangan Surabaya sama seperti Jakarta dalam hal kesibukkan masyarakatnya. Surabaya merupakan kota besar kedua setelah Jakarta, dimana banyak orang tidak banyak waktu untuk menangani segala sesuatu termasuk bila sanak saudara ada yang meninggal. Jadi peranan jasa

kematian sangat membantu dan kebanyakan masyarakat juga enggan untuk menyemayamkan salah satu anggota keluarganya yang meninggal di rumah, sehingga muncullah banyak tempat persemayaman yang bekerjasama dengan perusahaan jasa kematian. Hal ini didukung oleh belum adanya bisnis dengan empat fungsi sekaligus di Surabaya (pelayanan jasa kematian, tempat persemayaman, penginapan, dan pujasera).