

BAB III

ANALISIS INDUSTRI

3.1 Ukuran Industri

Ukuran Industri atau *Market Size* yaitu sebuah gambaran tentang seberapa besar industri yang merupakan pelanggan I-Job serta melakukan kalkulasi pelanggan yang ada Indonesia, total pasar dalam suatu wilayah serta menentukan target pasar, dan jumlah pelanggan yang tentunya dapat dilayani oleh bisnis tersebut. Ukuran industri I-Job dapat dilihat berdasarkan beberapa data di Indonesia, Tangerang, dan DKI Jakarta.

Terhitung sampai pada tahun 2022, Kabupaten Tangerang tercatat memiliki sekitar 59.317 pelaku UMKM. Kehadiran dari UMKM tersebut memberikan dampak pada perekonomian Indonesia, dimana terjadi peningkatan PDB dan penyerapan tenaga kerja yang lebih besar khususnya di Kabupaten Tangerang. Hal ini menjadikan sebuah pintu peluang bagi I-Job untuk melakukan pendekatan kepada pelaku bisnis UMKM tersebut untuk menjalin hubungan kerja sama sebagai I-Job Partners. (Nurul Hayati, 2022).

Di sisi lain, sebanyak 1.359.845 mahasiswa yang berlokasi di Banten dan 698.268 mahasiswa berlokasi di DKI Jakarta pada tahun 2021. Data berikut memperlihatkan besarnya jumlah mahasiswa sebagai target market I-Job yang berada di wilayah Banten dan DKI Jakarta (Badan Pusat Statistik, 2021).

Pada bulan Februari 2022, terdata bahwa sekitar 26,94% dari total pekerja paruh waktu yang berada di Indonesia. Pekerja paruh waktu yang dimaksud tidak hanya dari mahasiswa, namun semua orang yang bekerja paruh waktu. Oleh karena itu, I-Job muncul di pasar sebagai platform yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa yang ingin bekerja paruh tanpa khawatir akan permasalahan jadwal kerja dengan perkuliahan.



Gambar 13 Data Persentase Pekerja Paruh Waktu di Indonesia (2017-2022)

Sumber: Badan Pusat Statistik

3.2 Pertumbuhan Industri

Pertumbuhan Industri merupakan sebuah penyelidikan terhadap peningkatan perekonomian, jumlah perusahaan, pertumbuhan lapangan kerja, dan peningkatan nilai tambah yang dihasilkan oleh industri. Penyelidikan tersebut dilakukan dengan maksud dan tujuan untuk mengetahui apa dan seberapa banyak peluang terhadap pasar pada suatu perusahaan. Pertumbuhan industri yang bergantung pada permintaan dapat diidentifikasi melalui kontribusi yang signifikan dari sektor UMKM terhadap PDB yang mencapai 60,5%.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Jumlah UMKM di Indonesia Sepanjang 2022

*Berdasarkan Provinsi

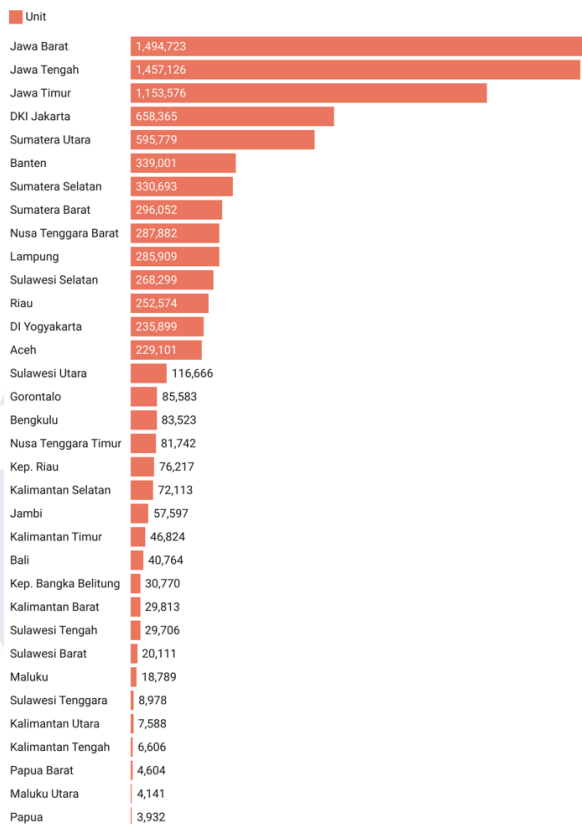


Chart: Aulia Muhiara Hatia Putri • Source: Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah • Created with Datawrapper

Gambar 14 Data Jumlah UMKM di Indonesia Sepanjang 2022

Sumber: Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah

Gambar di atas merupakan data jumlah UMKM di seluruh Indonesia pada tahun 2022. Pertumbuhan UMKM kian meningkat khususnya Banten dengan 339.001 pelaku UMKM dan DKI Jakarta dengan 658.365 pelaku UMKM. Dengan demikian, *demand* pemilik bisnis UMKM terhadap pekerja paruh waktu juga akan meningkat seiring dengan bertambahnya lapangan pekerjaan yang tersedia.

Di sisi lain, pertumbuhan industri berdasarkan supply berfokus kepada mahasiswa yang menjadi target market I-Job. Pertumbuhan mahasiswa di Indonesia juga terus meningkat setiap tahunnya.



Gambar 15 Data Jumlah Mahasiswa Indonesia (2012-2022)

Pada tahun 2022, tercatat sebanyak 9,32 juta mahasiswa yang tersebar di seluruh Indonesia. Seiring berjalannya waktu, angka ini akan terus bertambah sehingga menyebabkan banyaknya mahasiswa yang mengincar pekerjaan paruh waktu. Disinilah peluang besar untuk mendaftarkan para Jobbies sebagai salah satu aset penting bagi I-Job.

Pertumbuhan industri tidak hanya dilihat dari market size, terdapat beberapa hal lainnya yang mempengaruhi pertumbuhan suatu industri. Seperti tren atau kondisi di lingkungan yang memberikan dampak signifikan terhadap potensi keberlangsungan suatu bisnis. Misal, terjadi lookup ekonomi pada tahun 2024 yang membuka peluang yang besar bagi I-Job untuk mengembangkan bisnisnya dengan menghasilkan pendapatan yang tinggi. Peningkatan pendapatan ini juga dipengaruhi oleh sektor UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia.

Selain itu, pemilu yang akan berlangsung pada tahun 2024 memberikan dampak berupa peningkatan tingkat konsumsi. Meningkatnya tingkat konsumsi ini mengakibatkan transaksi jual beli juga meningkat yang berdampak pada pertumbuhan perputaran uang. Hal ini dapat mendorong pebisnis untuk merekrut karyawan yang lebih banyak.

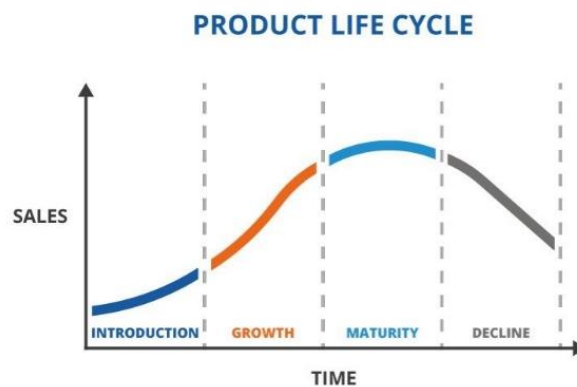
Kemudian setiap tren bisnis yang muncul dalam dunia bisnis dapat menciptakan ketidakpastian (*uncertainty*) angka penjualan perusahaan. Sebagai

contoh, terjadinya inflasi tinggi yang berdampak pada *layoff* dan bahkan melakukan pemotongan jumlah karyawan yang dilakukan oleh beberapa perusahaan.

3.3 Proyeksi Penjualan Industri

Perkembangan industri *outsourcing* di Indonesia sangat bervariasi dan hal tersebut tergantung pada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi proyeksi perkembangan industri tersebut. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi proyeksi penjualan industri di bidang *outsourcing* adalah seberapa banyak *supply* dan *demand* kedepannya. *Supply* yang menjadi pendukung utama adanya I-Job di Indonesia, terus mengalami peningkatan dari tahun 2018 sebanyak 7,95 juta mahasiswa, terus meningkat menjadi 9,32 juta mahasiswa di tahun 2022 (Kemendikbudristek dan Kemenag, 2022). Hal ini menjadi pengaruh baik bagi I-Job karena, dengan *supply* yang meningkat, I-Job dapat terus melakukan kerjasama dan dapat menyediakan *supply* bagi *demand* secara terus-menerus. Berdasarkan bisnis model yang I-Job punya, dengan pengambilan 5% dari gaji para Jobbies ini, kita sudah mengalami peningkatan *revenue*, sehingga dapat dikatakan, proyeksi penjualan terhadap I-Job akan semakin meningkat apabila *supply* dan *demand* terus meningkat.

3.4 Karakteristik Industri



Gambar 16 Product Life Cycle

Sumber: Twi-Global.com

Industri *outsourcing* yang ada di Indonesia, pada saat ini berada pada tahap kedua yaitu tahap *growth*. Karena, dilihat dari data yang ada pada ukuran industri, jumlah mahasiswa di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya, hal ini menyebabkan semakin tinggi *supply* yang ada. Akan tetapi, jumlah pemilik bisnis yang kurang bisa menyaingi tingkat pertumbuhan mahasiswa atau calon pekerja baru menjadi sebuah tantangan dan masalah bagi masyarakat Indonesia. Maka dari itu, persaingan antar pencari kerja untuk mencari pekerjaan yang cocok dan sesuai akan semakin sulit.

Berdasarkan data jumlah peningkatan *supply* dan *demand* pada data diatas, hal ini membuktikan bahwa keberadaan industri *outsourcing* di Indonesia sangatlah diperlukan. Dikarenakan tingginya *supply* pencari kerja namun tidak diimbangi dengan jumlah *demand* yang tersedia di Indonesia, sehingga akan sulit bagi industri untuk melakukan *pivot*. Untuk meningkatkan *growth* dari industri ini, dan tergolong memiliki pesaing yang cukup dikit, maka kita harus memiliki *competitive advantage*, dan dengan adanya *competitive advantage* ini, I-Job dapat menjadi lebih unggul dibandingkan para pesaingnya.

Seiring berjalannya waktu, peningkatan jumlah pencari kerja dengan pemilik bisnis akan terus meningkat dengan adanya peningkatan ini maka akan membuka peluang bagi para kompetitor untuk masuk kedalam industri yang sama, sehingga kompetitor akan terus meningkat dan akan bersaing untuk memenuhi permintaan yang ada di pasar.

3.5 Tren Industri

Tren bisnis *outsourcing* di Indonesia sudah lumayan meningkat dengan adanya platform-platform *Job Seeker* dengan berbagai loker yang tersedia. Terdapat beberapa platform *Job Seeker* di Indonesia seperti JobStreet, LinkedIn, Indeed Job Search, dan sebagainya. Jobstreet menempati urutan pertama sebagai platform *Job Seeker* paling banyak digunakan dengan persentase pengguna mencapai 51,4% dipasarnya, diikuti oleh LinkedIn dengan sebesar 38%, Karier.com sebesar 22,9%, dan sebagainya (Cindy Mutia Annur, 2022).

Kehadiran platform-platform ini membantu pencari kerja untuk mendapatkan pekerjaan yang diinginkan dan pemilik bisnis yang sedang membutuhkan pekerja.

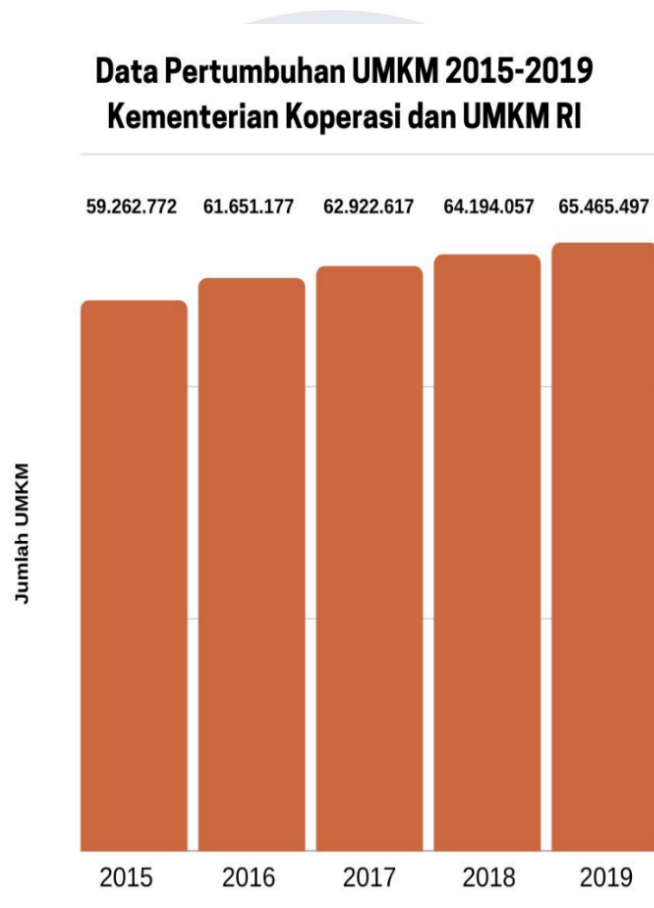
Platform-platform yang disebutkan merupakan bentuk dari pandangan bisnis I-Job sebagai *outsourcing* dan *Job Seeker* paruh waktu. Implementasi di dalam sistem I-Job sendiri lebih mengarah ke *social media* yang menyediakan lowongan pekerjaan dengan bentuk sajian berupa postingan dan video konten untuk lebih mengikat mahasiswa yang ingin bekerja paruh waktu. Pemilik bisnis juga cenderung menggunakan *social media* sebagai rekrutmen karena selain dapat menjangkau kandidat yang lebih luas, juga menghemat waktu dan biaya rekrutmen (Wisnu, 2023)

Namun dengan munculnya berbagai platform *Job Seeker* masih belum memberikan jalan keluar bagi mahasiswa yang menginginkan pekerjaan *part time* dengan jadwal kerja yang fleksibel sehingga tidak mengganggu perkuliahan. Para pemilik bisnis UMKM juga cenderung mempekerjakan *full timer* sehingga tidak perlu repot mengurus jadwal kerja. Hal ini menimbulkan tingginya *supply* dari mahasiswa yang ingin bekerja *part time* dan terbatasnya *demand* dari pemilik bisnis UMKM yang ingin mempekerjakan pekerja *part time*.

Permasalahan tersebut menjadikan sebuah *concern* bagi I-Job terhadap mahasiswa yang ingin bekerja *part time* dengan membantu menyusun jadwal kerja sehingga tidak mengganggu perkuliahan yang merupakan prioritas utama sebagai seorang mahasiswa. I-Job juga akan membantu mencari pekerjaan yang sesuai dengan minat atau bakat dari mahasiswa yang ingin bekerja. Dengan ini, I-Job ingin mematahkan persepsi pemilik bisnis yang menganggap mempekerjakan *part timer* itu ribet dengan menyediakan para pekerja berkualitas dan menghadirkan fitur *scheduling & swap shift* yang mengatur jadwal para pekerja.

3.6 Prospek Industri Jangka Panjang

Sebagai salah satu entitas bisnis yang dapat menopang perekonomian yang ada di Indonesia, jumlah UMKM terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM RI, pertumbuhan yang dialami UMKM terus meningkat selama tahun 2015-2019 ini.



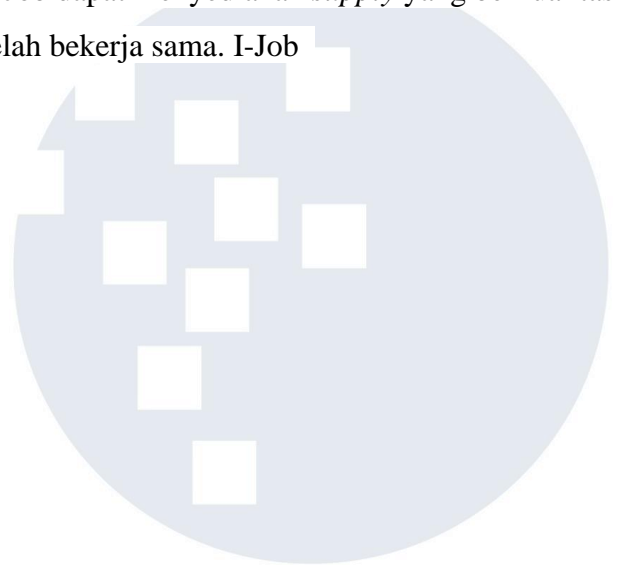
Gambar 17 Data Pertumbuhan UMKM 2015-2019 Kementerian Koperasi dan UKM RI

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2020

Selain itu, dengan jumlah mahasiswa di Indonesia yang terus meningkat juga, yaitu meningkat sekitar 4,02% setiap tahunnya hingga saat ini di tahun 2022 mencapai sekitar 8,96 juta mahasiswa (Kemendikbud Ristek, 2022), dapat menjadikan prospek industri ini terus berkelanjutan, karena ketersediaan *supply* dan *demand* yang terus meningkat setiap tahunnya.

3.7 Kesimpulan

Berdasarkan analisis industri yang telah kami lakukan, terdapat pertumbuhan UMKM yang cukup tinggi dan juga pertumbuhan mahasiswa yang cukup signifikan, dapat menjadikan peluang bagi I-Job untuk masuk ke industri *outsourcing* yang berfokus kepada pekerja *part time*. Dengan *target market* mahasiswa, I-Job dapat menyediakan *supply* yang berkualitas bagi para pemilik bisnis yang telah bekerja sama. I-Job



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BAB IV

ANALISIS PASAR

4.1 Analisis Kompetitor

I-Job merupakan sebuah konsep bisnis yang menasar pasar yang cukup *niche* yaitu industri kerja paruh waktu yang jarang sekali difokuskan pada bisnis pencari kerja pada umumnya, sehingga I-Job tidak memiliki kompetitor secara langsung. Namun terlepas dari hal itu, ada banyak bisnis yang menjadi kompetitor tidak langsung I-Job dan juga berbagai produk substitusi yang bisa menjadi tantangan bagi I-Job itu sendiri.

Walaupun terdapat tantangan bagi I-Job untuk menghadapi kompetitor, I-Job masih memiliki celah untuk bisa masuk ke dalam industri, karena apa yang ditawarkan I-Job adalah *value* bagaimana I-Job bukan hanya sekedar aplikasi pencari kerja paruh waktu, namun lebih kepada *business assist* terkait humaniora pada pemilik bisnis.

Analisis kompetitor adalah sebuah proses ketika perusahaan berusaha untuk mendalami dan memahami bisnisnya dengan menganalisa kompetitor atau pesaing bisnisnya untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan perusahaan tersebut. Menurut Cravens & Guildin (2000), menganalisis kondisi persaingan di pasar merupakan tahap awal dalam merancang strategi baru atau mengevaluasi strategi yang telah ada. Penulis melakukan evaluasi pesaing yang beroperasi dalam industri serupa untuk memahami kelebihan dan kelemahan yang dimiliki oleh I-Job.

Kategori	I-Job	Instagram	Facebook	OLX	GRABJOBS
Product/Service	Business Assist & Portal Job Seeker	Platform untuk mengiklankan lowongan kerja	Media perantara untuk mencari lowongan kerja	Media perantara untuk mencari lowongan kerja	Website penyedia lowongan pekerjaan

Target Audience	Bisnis UMKM & mahasiswa aktif yang mencari lowongan pekerjaan	Pencari lowongan kerja	Pencari lowongan kerja	Pencari lowongan kerja	Pencari lowongan kerja
Price Structure	Annual Subscription & fee	Biaya iklan	Biaya iklan	Biaya iklan	Biaya iklan
Marketing Strategies	Social media content & door to door	Paid ads	Social media	Social media	website
Strengths	Fitur scheduling, swap shift, psikotest, dan academy	Hampir setiap orang memiliki instagram	Komunitas solid	Adanya fitur sortir	Fitur sortir yang lengkap
Weaknesses	Kekurangan tenaga kerja berkualitas	Sulit menyortir lowongan	Banyaknya saingan	Adanya pencari kerja fiktif atau palsu	Munculnya iklan pencari kerja fiktif
Key Advantage	Niche market	Platform multimedia pertama	Platform yang memiliki user terbanyak	Terdapat fitur nearby	Adanya fitur sortir yang dapat menyesuaikan pekerjaan sesuai keinginan

Table 1 Analisis Kompetitor

4.2 Competitor Analysis Grid

Competitor Analysis Grid merupakan salah satu cara untuk bisa menyajikan, mengumpulkan, mengidentifikasi, serta membandingkan bisnis yang telah kita buat dengan apa yang telah kompetitor bisnis kita lakukan (Fairlie, Mark 2023). Dalam proses pengembangan bisnis, melakukan

Competitor Analysis Grid sangat penting karena hal ini merupakan bekal bagi bisnis kita untuk bisa bertindak atau membuat sebuah kebijakan serta lebih memahami lebih jauh mengenai jenis dan alur dari solusi yang ada sekarang. I-Job juga melakukan beberapa identifikasi terkait Competitor Analysis Grid dengan membandingkan beberapa kompetitor maupun produk substitusi yang dapat menjadi halangan bagi I-Job.

	I-Job	Facebook	OLX	GRABJOB
Memvalidasi lowongan pekerjaan				
Melakukan tahap screening dan interview				
Mengatur jadwal para <i>part timer</i>				
Menjaga <i>customer relationship</i> dengan baik				
Banyak user				
Jangkauan daerah				

Table 2 Competitor Analysis Grid

4.3 SWOT Analysis

SWOT merupakan salah satu bentuk analisis pasar yang berperan penting dalam kehidupan suatu bisnis. Menurut Kotler (2002: 88) Analisis SWOT

merupakan identifikasi faktor-faktor yang disusun dengan cara sistematis untuk menggambarkan strategi perusahaan kedepannya. Analisa SWOT dipisah menjadi 2 bagian yaitu faktor internal bisnis (Strength dan Weakness) dan dari faktor eksternal bisnis (Opportunities dan Threats). Dalam hal ini, penulis melakukan analisa SWOT terhadap I-Job guna mengetahui kelebihan dan juga kekurangan yang dialami I-Job, dengan melakukan analisa SWOT juga menjadi informasi yang dapat menjadi patokan atau pondasi bagi I-Job dalam mengeluarkan kebijakan tentunya. Penulis telah merangkum beberapa analisa SWOT dari I-Job yang telah disajikan dalam tabel berikut:

STRENGTH	WEAKNESS	OPPORTUNITY	THREAT
I-Job memiliki fokus hanya kepada pekerja paruh waktu dan pekerja lepas	I-Job merupakan pendatang baru dari <i>market</i> yang sudah ada dan berusaha untuk menawarkan produk yang berpengaruh kepada perubahan sistem pengelolaan karyawan dari internal serta proses <i>recruiting</i> eksternal	Banyak sekali mahasiswa yang mengalami kesulitan dalam menemukan pekerjaan paruh waktu yang dapat cocok dengan segala kesibukan kuliah yang ada	Adanya substitusi produk yaitu GRABJOB, akun loker di Instagram, OLX, dll dengan mengesampingkan fitur yang ditawarkan oleh I-Job
I-Job melakukan manajerial waktu terkait pembagian shift secara otomatis sesuai dengan proses operasional mitra bisnis	Proses aktivitas manajerial masih harus dilakukan secara konvensional dimana akan dipengaruhi juga kualitasnya oleh beberapa faktor seperti demografi dan geografi yang ada dan terlibat	Banyak pemilik bisnis yang tidak mau repot untuk mengurus segala hal mengenai pengaturan jadwal shift kerja, penggantian karyawan (<i>turnover</i>) yang terlalu sering, mencari para pekerja yang sesuai	I-Job merupakan first mover yang mencetuskan inovasi baru sehingga ada kemungkinan untuk ditiru oleh kompetitor yang sudah berada lebih lama atau kompetitor baru

		dengan kriteria/kualifikasi, dan lainnya	
I-Job melakukan sortir berkualitas dan mempekerjakan calon pekerja dengan sistem “jual jam” yang dapat membantu dalam pengaturan jadwal sehingga menghindari kemungkinan terjadi kekosongan shift	Penerapan yang sedang berjalan secara konvensional dengan tenaga kerja terbatas banyak menyebabkan terjadi <i>miss</i> dalam memproses setiap permintaan <i>customer</i> yang diterima.	Market Growth dari kedua segmentasi pasar yang menjanjikan serta belum terdapat kompetitor yang langsung bergerak dibidang yang persis sama	Terjadi penolakan penggunaan jasa I-Job karena kualitas yang tidak bisa mensupport serta memenuhi ekspetasi para pengguna mulai dari sisi pemilik bisnis maupun para pencari kerja (Jobbies)
Memberikan pemberdayaan berupa pelatihan serta menjadi assist bagi para pemilik bisnis untuk memanfaatkan karyawan yang dimiliki secara maksimal, efektif, dan efisien	Adanya kemungkinan bagi para user untuk bekerja lepas dari I-Job	-	-

Table 3 SWOT I-Job

4.4 Estimasi Penjualan Tahunan

I-Job menargetkan pendapatan kotor sekitar Rp 22.650.000 untuk tahun pertama yang didapatkan dari komisi 5% pada gaji talent. I-Job akan menggunakan sistemasi target *annual* atau pertahun yang dimana pada tahun ke 2 I-Job akan berinovasi dengan membuat website hingga memunculkan berbagai sumber pemasukan selain dari komisi 5% saja, namun juga dari iklan, SEO, dll hingga I-Job dapat menargetkan pendapatan kotor sekitar Rp 99.000.000. Asumsi ini berdasarkan angka pertumbuhan dari talent di I-Job dan juga berdasarkan valuasi dari inovasi website yang akan dijalankan pada tahun kedua.

Pada tahun ketiga, I-Job akan berfokus membuat aplikasi I-Job sehingga pada tahun ketiga ini membuka sumber pemasukan dari kategori baru yaitu *freemium* yang dimana para client dapat membayar sebesar Rp 3.000.000 untuk bisa mengakses fitur lengkap dari aplikasi I-Job, selain itu baik client maupun talent tetap dapat menggunakan aplikasi I-Job dengan fitur yang lebih terbatas secara gratis. Pada tahun ketiga ini menimbang pertumbuhan angka talent di tahun pertama dan kedua, I-Job menargetkan pendapatan kotor sekitar Rp 496.000.000 yang didapat dari berbagai sumber pemasukan I-Job yang telah disebutkan sebelumnya. Kami harap dengan strategi yang telah diterapkan tim marketing I-Job dapat mendorong lebih banyak lagi talent dan juga client I-Job sehingga dapat mencapai target yaitu peningkatan valuasi dan juga *revenue* dari I-Job.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA