



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

GORILLA GYM merupakan sebuah pusat kebugaran yang menempatkan masyarakat yang membutuhkan kenyamanan dan kepuasan saat berlatih atau berolahraga sebagai sasaran utama bisnis. *GORILLA GYM* menyediakan 3 jenis *membership* yaitu: *full day*, *employee*, dan *student*. Ketiga *membership* tersebut hanya berbeda waktu untuk latihan saja, sedangkan alat dan peralatan yang tersedia boleh digunakan oleh seluruh member tanpa terkecuali. Konsumen tinggal memilih paket mana yang sesuai dengan waktu yang mereka miliki serta kemampuan bayar mereka.

GORILLA GYM menyediakan pelatih berpengalaman secara *free* alias gratis untuk para member *GORILLA GYM* pemula yang tidak mengetahui cara menggunakan alat secara baik dan benar. Tubuh manusia sebagian besar terdiri dari air, maka *GORILLA GYM* menyediakan air mineral secara gratis untuk para member agar kebutuhan air *member* selalu terjaga.

Diharapkan paket yang kami sediakan dapat menjangkau serta memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga *GORILLA GYM* dapat menjadi pusat kebugaran yang dicari oleh masyarakat.

Dunia *fitness* di Indonesia sangat potensial terutama di kota-kota seperti di Jakarta, Bandung, Medan, Palembang, serta kota kota besar lainnya. Masyarakat semakin sadar akan pentingnya kesehatan. *Fitness* sebenarnya lebih tertuju pada pembentukan tubuh yang ideal. Banyak dari mereka yang memulai *fitness* dengan harapan akan memiliki tubuh yang ideal, berotot serta kencang dan enak dilihat.



B. Analisis Pesaing

Menurut Kotler dan Keller (2012:552), “*competitor analysis is the process of identifying key competitors; assessing their objectives, strategies, strengths and weaknesses, and reaction patterns; and selecting which competitors to attack or avoid.*” Analisis pesaing adalah proses mengenali dan menilai pesaing utama, menilai strategi, tujuan, kekuatan, dan kelemahan mereka, serta pola reaksinya dan memilih pesaing mana yang akan diserang atau dihindari.

Sekarang ini, banyak pengusaha yang sadar akan pentingnya melakukan analisis pesaing yang ada. Pesaing merupakan perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Analisis pesaing dapat diartikan sebagai usaha dalam memahami apa yang ada di benak perusahaan lain atau pesaing dengan cara memetakan semua ide-ide tersembunyi untuk masa yang akan datang agar perusahaan dapat terus bersaing di pasar yang ada.

Untuk menentukan strategi yang akan ditetapkan, hasil dari analisis pesaing juga adalah salah satu hal yang perlu diperhatikan. Analisis pesaing dilakukan dengan mengidentifikasi siapa saja yang menjadi pesaing utama perusahaan, kekuatan dan kelemahan mereka dan strategi apa yang mereka tetapkan, sehingga dapat menetapkan strategi terbaik dan paling efektif bagi perusahaan tersebut.

Langkah-langkah dalam menganalisis pesaing menurut Kotler dan Armstrong (2012:552) adalah:

1. Mengidentifikasi pesaing

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui jumlah pesaing yang dimiliki serta kekuatan dan kelemahan pesaing. Identifikasi ini meliputi:

- a. Jenis produk.
- b. Melihat besarnya pasar yang dikuasai.



- c. Identifikasi peluang dan ancaman.
- d. Identifikasi keunggulan dan kelemahan.

2. Menentukan Sasaran Pesaing

Dengan melakukan menganalisa sasaran pesaing dengan tujuan untuk mengetahui arah gerak perusahaan dalam menghambat laju pesaing.

3. Identifikasi Strategi Pesaing

Tujuan perusahaan dalam menjalankan usaha adalah untuk memenangkan persaingan. Oleh karena itu, setiap perusahaan memiliki strategi tersendiri untuk mematikan lawannya. Kita perlu mengetahui strategi yang dimiliki pesaing agar bisa menentukan langkah baik untuk bertahan ataupun menyerang.

4. Analisis Kekuatan dan Kelemahan Pesaing

Identifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing dapat dilakukan melalui tahap-tahap berikut:

- a. Mencari dan mengumpulkan data tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan sasaran, strategi dan kinerja pesaing.
- b. Mencari tahu kekuatan dan kelemahan pesaing dalam hal keuangan, sumber daya manusia, teknologi dan lobi di pasar.
- c. Mengetahui *market share* yang dikuasai pesaing dan tindakan pesaing terhadap pelanggan.

5. Mengestimasi Pola Reaksi Pesaing

Perusahaan perlu mengetahui mentalitas pesaing tertentu jika ingin mengantisipasi tindakan atau reaksi pesaing atas pesaing lainnya. Masing-masing pesaing bereaksi secara berbeda, ada yang bereaksi cepat, lambat, atau bahkan tidak bereaksi sama sekali. Beberapa pesaing hanya akan bereaksi terhadap serangan tertentu saja dan tidak



untuk serangan lainnya, sehingga perusahaan akan dapat meramalkan pola reaksi pesaing.

6. Memilih Pesaing

Tahap terakhir adalah memilih pesaing, yaitu tahap dimana perusahaan memilih pesaing yang akan diserang.

Dengan adanya analisis ini, diharapkan dapat diketahui kelebihan dan kelemahan perusahaan dibanding pesaing, sehingga dapat diperbaiki kelemahannya dan dapat meningkatkan kelebihannya secara berkesinambungan. *GORILLA GYM* merupakan pusat kebugaran yang memberikan kenyamanan dan rasa puas terhadap member, serta menargetkan pangsa pasar berpenghasilan menengah keatas. Berikut adalah kelemahan dan keunggulan pesaing *GORILLA GYM*.

Tabel 3.1

Perbandingan *GORILLA GYM* dengan Pesaing

Keterangan	Star Fitness	Dietoz	GORILLA GYM
Free weight (alat angkat beban)	Jumlahnya sangat sedikit sehingga menyulitkan untuk berlatih	Memiliki peralatan yang cukup untuk berlatih namun buatan Indonesia	Peralatan lengkap, bagus, serta buatan eropa.
Alat kardio	Tidak ada	Tidak ada	tersedia
Lokasi	Dilewati angkot Memiliki parkir luas	Dilewati angkot Memiliki parkir sempit	Dilewati angkot Memiliki parkir luas
Jam oprasional	Pukul 07.00 – 22.00	Pukul 07.00 – 22.00	Pukul 06.00 – 22.00
Air mineral	Disediakan	Tidak terseida	Disediakan

Sumber: *GORILLA GYM*

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.

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



C. Analisis PESTEL

Dalam membangun dan mengembangkan suatu bisnis, baiknya harus memperhatikan kekuatan eksternal. Analisis lingkungan bisnis yang mencakup PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan dan Legal), merupakan metode yang sangat berguna dalam memahami gambaran menyeluruh lingkungan dimana usaha yang didirikan akan beroperasi, serta kesempatan maupun ancaman yang ada disekitarnya. Perubahan dalam kekuatan eksternal (PESTEL) mengakibatkan perubahan dalam permintaan konsumen untuk barang industri dan konsumsi jasa, kekuatan eksternal mempengaruhi tipe produk yang dikembangkan, karakteristik dari strategi segmentasi pasar dan positioning, tipe jasa yang ditawarkan. Berikut kekuatan eksternal yang menjadi kunci kekuatan bisnis bimbingan belajar:

1. Kekuatan Politik

Kondisi politik yang mendukung dan stabil di suatu negara sangat dibutuhkan demi kelangsungan usaha dan investasi, juga untuk pertumbuhan ekonomi termasuk usaha pusat kebugaran. Sebagai pelaku bisnis harus dapat memperhatikan kondisi politik, kebijakan pemerintah yang dapat berdampak terhadap bisnis untuk menentukan apakah ada peluang atau ancaman yang dapat berdampak pada usaha.

Permasalahannya adalah politik Indonesia yang masih belum dewasa. Seperti beberapa waktu lalu, terjadi demonstrasi besar yang akan mempengaruhi perekonomian Indonesia.

Hak Cipta © IBI BIKG (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.



2. Kekuatan Ekonomi

Ⓒ Faktor ekonomi memiliki pengaruh langsung terhadap potensi strategi. Keadaan perekonomian pada saat ini dan di masa datang dapat mempengaruhi kemajuan dan strategi perusahaan.

Pemerintah dalam waktu dekat ini sedang mengembangkan infrastruktur jalan diseluruh wilayah indonesia. pembangunan infrastruktur jalan ini akan membangun ekonomi indonesia yang lebih baik lagi, karena infrastruktur yang baik akan di ikuti dengan pertumbuhan ekonomi dalam negri yang lebih prima.

3. Sosial

Faktor sosial dapat menjadi pertimbangan penting bagi setiap pelaku bisnis yang akan menjalankan bisnis. Faktor sosial berupa kebiasaan normatif, gaya hidup, pola sikap, pola hidup dan pola pikir. Beberapa hal tersebut dapat berubah karena mendapat pengaruh dari lingkungan, teman dan keluarga.

Trend *fitness* ini telah masuk dengan sangat cepat di Indonesia, bahkan setiap daerah di Indonesia mulai banyak kompetisi kompetisi terkait dengan *fitness*.

Media sosial adalah pintu masuk yang sangat mudah di Indonesia, karena seluruh masyarakat Indonesia telah mampu mengakses internet dengan mudah.

Dengan mudahnya masyarakat Indonesia “memakan” apa yang mereka lihat di media sosial, salah satunya adalah *fitness*. Banyak anak muda yang mulai mendaftarkan diri dan melatih tubuh mereka serta membayar mahal Personal Trainer demi mendapatkan tubuh ideal mereka. Ini adalah peluang yang sangat bagus untuk membuka bisnis pusat kebugaran ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI RKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Teknologi

Perkembangan teknologi membawa dampak yang sangat besar dalam kehidupan manusia, termasuk dalam menjalankan bisnis. Adanya teknologi membantu manusia dalam mempermudah penyelesaian pekerjaan, memperoleh informasi dengan cepat, dan dapat mengamati perkembangan dunia sehingga masyarakat dunia mampu menghasilkan inovasi-inovasi baru berkat perkembangan teknologi.

GORILLA GYM akan memanfaatkan teknologi yang ada untuk menjalankan bisnis ini, salah satunya ialah melalui sosial media dan website. Kami juga menggunakan sistem *tapping* dengan menggunakan kartu untuk mempermudah akses member masuk pusat kebugaran kami.

5. Hukum

Hukum atau Legal merupakan salah satu hal yang tak boleh lepas dari evaluasi seorang pengusaha. Jika salah satu unsur hukum atau peraturan dilanggar akan mengancam dan berbahaya bagi suatu kelangsungan usaha. Hukum yang berhubungan dengan suatu usaha jasa yang harus diperhatikan yaitu hukum bisnis dan hukum ketenagakerjaan.

Melihat kondisi terkait hukum di Indonesia yang sulit dan rumit dapat menjadi ancaman bagi *GORILLA GYM* untuk mendirikan usaha, seperti sulitnya mengurus perizinan pendirian usaha yang birokrasinya tidak jelas berbeda dengan apa yang tercantum dalam Undang-Undang. Begitu pula dengan hukum ketenagakerjaan yang menjadi ancaman karena rumitnya prosedur kerja para pekerja di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6. Lingkungan

Faktor lingkungan berpusat pada bagaimana keadaan lingkungan yang berada di sekitar lokasi perusahaan. Yang nantinya akan berpengaruh terhadap berbagai strategi yang akan dilakukan. Persaingan dalam industri yang cenderung sedikit terdapat pesaing di lokasi bisnis beroperasi dapat memberi peluang terhadap bisnis tersebut.

GORILLA GYM akan buka di daerah Bengkulu yang masih berkembang, pasti akan membutuhkan waktu untuk dapat berjalan. Namun bisnis ini memiliki peluang yang sangat baik untuk dijalankan karena jumlah pesaing yang masih sangat sedikit.

D. Analisis Pesaing

Di dalam dunia bisnis, tidak ada perusahaan yang lepas dari persaingan. Terutama pada era globalisasi ini dimana perusahaan tidak hanya beroperasi di negara nya saja namun turut bersaing dengan perusahaan asing yang menyediakan produk atau jasa sejenis. Meskipun perusahaan tersebut sukses dengan inovasinya, pasti cepat atau lambat akan menarik reaksi pesaing untuk ikut terlibat dalam bisnis tersebut. Mengumpulkan dan mengevaluasi informasi tentang pesaing sangat penting untuk perumusan strategi yang sukses.

Forces Model adalah metode yang banyak digunakan untuk menciptakan strategi di berbagai macam industri. Ada lima model kekuatan utama dalam persaingan industri yang dapat dilihat pada gambar 3.1, yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (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.

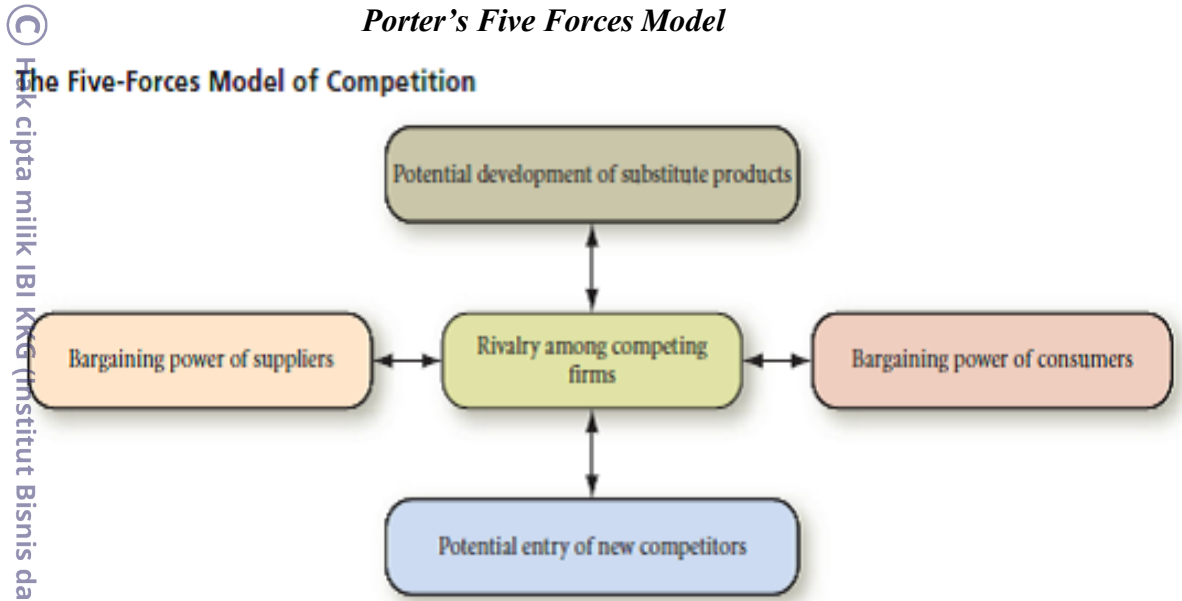
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Gambar 3.1

Porter's Five Forces Model



Sumber: Fred R. David (2013:106)

1. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Daya tarik segmen berbeda-beda menurut tingginya hambatan untuk masuk dan keluar. Segmen yang mempunyai hambatan yang rendah dan resiko yang rendah dapat menyebabkan tingginya angka pesaing baru yang dapat menjadi ancaman bagi perusahaan. Bila perusahaan baru dapat dengan mudah masuk ke suatu industri tertentu, intensitas persaingan antarperusahaan akan meningkat. Oleh karena itu, tugas menyusun strategi adalah mengidentifikasi perusahaan-perusahaan baru yang berpotensi masuk ke pasar, memonitor strategi perusahaan saingan baru yang berpotensi masuk ke pasar, memonitor strategi perusahaan saingan baru, dan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada.

Melihat kemungkinan bisnis sejenis yang akan masuk ke Bengkulu sangat kecil, dikarenakan Bengkulu adalah daerah berkembang yang mana memiliki kemampuan beli yang kurang. Mega Gym seperti *Golds Gym*, *First Fitness*, serta *Celebrity Fitness* memiliki kesempatan yang kecil untuk masuk kota Bengkulu ini. Namun bisa jadi jika

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



mereka membuka express gym, dimana express gym ini sangat kecil dan berperalatan minim dan sudah di buka di beberapa Mall di jakarta seperti di Citra Land oleh Golds Gym Express, dan di Pluit Village yang sempat di buka oleh Fitness First Express namun sekarang telah tutup.

Kemungkinan terbesarnya ialah para pembisnis muda yang menuntut ilmu di kota besar dan memiliki ketertarikan seperti saya pada bidang ini untuk membuka pusat kebugaran di kota Bengkulu ini.

2. Persaingan Antar Perusahaan Saingan

Persaingan antar perusahaan sejenis merupakan faktor yang paling berat dalam persaingan. Segmen tertentu menjadi tidak menarik jika ia telah memiliki pesaing yang banyak, kuat atau agresif. Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat berhasil hanya sejauh ia menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Perubahan dalam strategi oleh satu perusahaan bisa jadi ditanggapi dengan langkah balasan.

Melihat pusat kebugaran lain yang telah ada di Bengkulu, persaingan tidak akan berat untuk beberapa saat kerana kelebihan yang *GORILLA GYM* miliki. Namun akan berat jika pesaing lama ini berkembang mengikuti sistem atau bahkan membuat sistem yang melebihi *GORILLA GYM*.

Potensi Ancaman dari Produk Substitusi

Produk substitusi adalah barang-barang atau jasa berbeda dari luar industri tertentu yang melakukan fungsi yang serupa dengan produk yang dihasilkan oleh industri tersebut. Secara umum, produk substitusi merupakan ancaman bagi suatu bisnis apabila biaya perpindahan yang dikeluarkan lebih sedikit, harga produk pengganti cukup menarik, mudah didapatkan, dan mempunyai kualitas, kinerja yang dapat memuaskan pembeli.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (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.



Produk substitusi dari pusat kebugaran secara tidak langsung adalah olahraga lain seperti, futsal, bulu tangkis, berenang, serta jenis olahraga lain. Namun kepuasannya berbeda jika memang individu tersebut hobi angkat beban dan membentuk badan yang lebih berotot yang tidak bisa dimiliki dengan berolahraga jenis lain seperti yang telah di sebutkan di atas.

4. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (Bargaining Power of Supply)

Pemasok menyediakan dan menawarkan input yang diperlukan untuk memproduksi barang atau menyediakan jasa oleh industri atau perusahaan. Hubungan dengan pemasok yang baik akan memudahkan perusahaan dalam mendistribusikan produk mereka. Dalam setiap bidang bisnis, kekuatan pemasok dengan tekanan industri perlu disesuaikan, agar posisi tawar menawar menjadi seimbang. Ada beberapa hal yang menyebabkan posisi tawar menawar pemasok tinggi, yaitu jumlah pemasok sedikit, adanya ancaman integrasi dari pemasok, dan biaya peralihan ke pemasok lain tinggi.

Dalam bidang usaha *GORILLA GYM*, yang menjadi pemasok yaitu pihak distributor alat gym yang tingkat intensitas pembelian alat sangatlah rendah. Karena pembelian alat hanya sekali untuk beberapa tahun dan hanya di awal. Yang perlu diperhatikan adalah *service after buy* dimana peralatan perlu di rawat secara berkala agar lebih awet dan aman untuk di gunakan.

5. Kekuatan Tawar Menawar Konsumen (Bargaining Power of Buyer)

Konsumen adalah setiap orang yang memakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen merupakan kunci dalam keberlangsungan perusahaan. Kekuatan daya tawar menawar konsumen kuat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi undang-undang. IBIKKG (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.



3. Tahap Pertumbuhan (*Growth*)

Periode penerimaan pasar yang cepat dan keuntungan yang meningkat.

4. Tahap Kedewasaan (*Maturity*)

Periode penurunan dari pertumbuhan penjualan karena produk telah mencapai penerimaan dari pembeli potensial. Tingkat keuntungan menurun karena meningkatnya biaya pemasaran untuk mempertahankan produk dari kompetisi di pasar.

5. Tahap Penurunan (*Decline*)

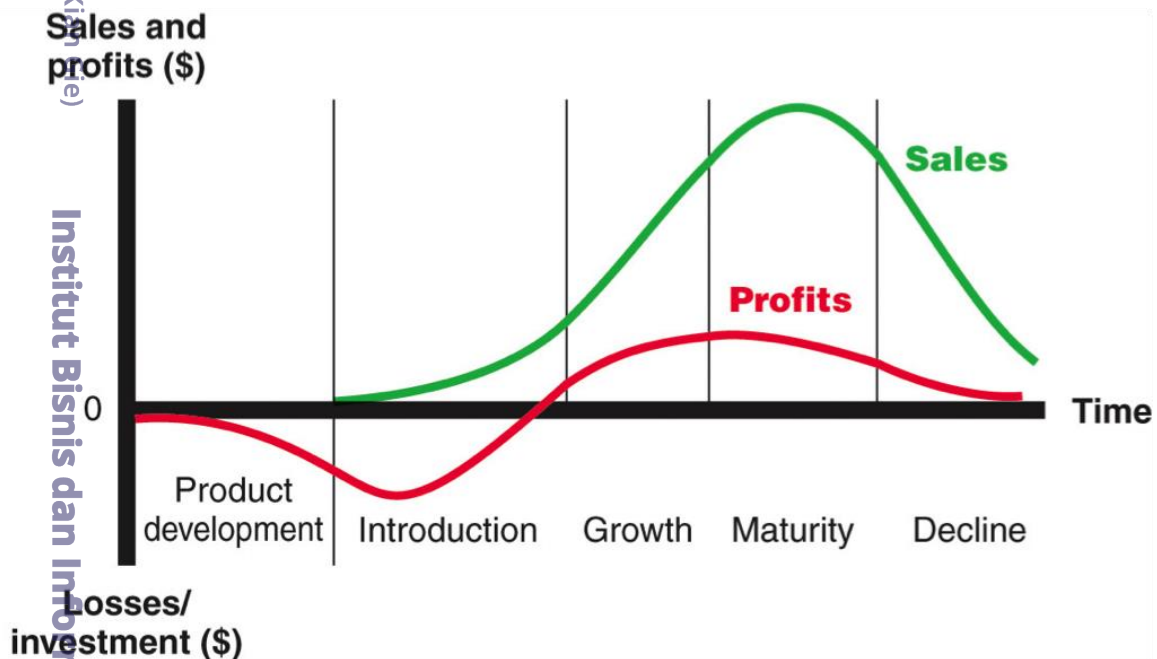
Periode ketika penjualan jatuh dan keuntungan rendah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Gambar 3.2

Product Life Cycle



Sumber: Kotler dan Armstrong (2012:297)

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.



Bisnis *GORILLA GYM* berada ada tahap pengembangan produk (*product development*), karena bisnis belum dipasarkan kepada masyarakat. Produk baru yang sukses dan diterima oleh masyarakat pasti telah melalui tes produk di pasar sebelum akhirnya meluncurkan produk akhir di pasar dan ada biaya yang dikeluarkan untuk membuat purwa rupa (*prototype*) untuk diuji pada masyarakat. Manajemen perusahaan perlu secara cermat mengetahui kebutuhan masyarakat hingga sampai pada akhirnya tahap komersialisasi produk akhir yang siap untuk ditawarkan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:293), Pengembangan Produk Baru yang berhasil memerlukan pendekatan yang menyeluruh antara Fokus Pada Pelanggan (*Customer-centered New Product Development*), Kerjasama Tim (*Team-Based Product Development*), dan Sistematis (*Systematic Product Development*)

Pada tahap perkembangan produk, *GORILLA GYM* melakukan analisis pasar dan dalam melakukan pengelolaan perkembangan produk baru, *GORILLA GYM* fokus pada permasalahan di masyarakat yang sulit untuk memperoleh tempat berolahraga yang berkualitas. Sehingga dengan paket yang ditawarkan, *GORILLA GYM* akan memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam berolahraga.

F. Analisis Competitive Profile Matrix (CPM)

Analisis CPM mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan sampel. Analisis CPM dapat membantu perusahaan untuk menganalisis siapa pesaing yang menjadi lawan sejati perusahaan, sehingga perusahaan dapat lebih mudah untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang harus dicapai yang menjadi kelemahan



dengan bisnis serupa lainnya memang tergolong mahal yang mana pusat kebugaran lain memberikan harga yang lebih murah. Hal ini merupakan dampak dari komitmen *GORILLA*

GYM memberikan pelayanan serta kepuasan pada konsumen dengan memberikan peralatan yang merupakan buatan eropa.

4. Kualitas layanan

Kualitas layanan dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena layanan yang disediakan oleh *GORILLA GYM* dapat meningkatkan kenyamanan member sehingga dapat menjadi member tetap di pusat kebugaran ini.

5. Promosi

Promosi merupakan upaya untuk menawarkan produk atau jasa kepada konsumen sehingga calon konsumen dapat menikmati layanan yang ditawarkan. Promosi bagi perusahaan yang baru berjalan memerlukan biaya yang besar sehingga dapat menghambat pertumbuhan bisnis akibat pesaing yang melakukan promosi yang gencar.

6. Fasilitas

GORILLA GYM akan memberikan fasilitas berupa lahan parkir bebas biaya. Peralatan bagus dan lengkap untuk mendukung latihan yang di butuhkan member guna mendapatkan hasil yang maksimal.

Faktor-faktor kunci keberhasilan yang telah ditentukan telah dianalisis dan diberi bobot serta peringkat pada Tabel berikut:

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.

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



Tabel 3.2

Tabel Competitive Profile Matrix GORILLA GYM

Key Succes Factor	Bobot	GORILLA GYM		Dietos		Star Fitness	
		Rating	Bobot Rating	Rating	Bobot Rating	Rating	Bobot Rating
Peralatan yang digunakan	0,25	4	1	3	0,75	2	0,50
Lokasi usaha	0,2	3	0,6	3	0,6	2	0,4
Daya Saing Harga	0,15	2	0,30	3	0,45	2	0,30
Kualitas Layanan	0,1	3	0,3	2	0,2	2	0,2
Promosi	0,1	3	0,3	3	0,3	2	0,2
Fasilitas	0,2	3	0,6	2	0,4	2	0,4
Total	1		3,1		2,7		2

Keterangan: 4=kekuatan mayor, 3=kekuatan minor, 2=kelemahan minor, 1=kelemahan mayor.

Sumber: GORILLA GYM

G. Analisis SWOT

Menurut Kotler dan Keller (2016:71), "the overall evaluation of a company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats is SWOT Analysis. It's a way of monitoring the external and internal marketing environment." Analisis SWOT adalah evaluasi secara keseluruhan mengenai strength, weakness, opportunity, dan threat. Analisis tersebut adalah cara untuk mengamati lingkungan pemasaran internal maupun eksternal.

Berikut adalah analisis SWOT dari GORILLA GYM:

1. Strength

- a. Peralatan yang digunakan sangat bagus
- b. Lokasi usaha yang mudah di jangkau dan di temukan
- c. Kualitas layanan terbaik dengan sistem komputerisasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Weakness

- a. Harga yang ditawarkan cenderung lebih tinggi karena perusahaan menggunakan peralatan yang cenderung mahal.
- b. Modal pemasaran yang terbatas, mengandalkan pemasaran langsung.

3. Opportunity

- a. Semakin banyak masyarakat yang peduli terhadap kesehatan.
- b. Banyaknya anak muda yang mulai mengikuti dunia fitness.
- c. Belum ada usaha sejenis yang memiliki tempat latihan yang benar benar baik..

4. Threat

- a. Ancaman pesaing usaha sejenis yang dapat mengikuti perubahan dengan cepat
- b. Kemampuan konsumsi masyarakat Bengkulu yang cenderung rendah.

Menurut Fred R. David (2013:206) Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi : Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman). Mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal utama merupakan bagian tersulit dalam mengembangkan matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik. Berikut penjelasan mengenai matriks SWOT:

1. Strategi SO (kekuatan-peluang)

Memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Semua manajer tentunya menginginkan organisasi mereka berada dalam posisi di mana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari berbagai tren dan kejadian eksternal. Secara umum, organisasi akan menjalankan strategi WO, ST, atau WT untuk mencapai sitausi di mana mereka dapat melaksanakan Strategi SO.



2. Strategi WO (kelemahan-peluang)

Bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang, peluang-peluang besar muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut.

3. Strategi ST (kekuatan-ancaman)

Menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung di dalam lingkungan eksternal.

4. Strategi WT (kelemahan-ancaman)

Merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Sebuah organisasi yang menghadapi berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal benar-benar dalam posisi yang membahayakan.

Berikut adalah matriks SWOT berdasarkan analisa yang telah diuraikan di atas, beserta strategi-strategi untuk menanggulangnya.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.3
Matriks Analisis SWOT GORILLA GYM

Internal	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peralatan yang digunakan sangat bagus 2. Lokasi usaha yang mudah di jangkau dan di temukan 3. Kualitas layanan terbaik dengan sistem komputerisasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan cenderung lebih tinggi karena perusahaan menggunakan peralatan yang cenderung mahal. 2. Modal pemasaran yang terbatas, mengandalkan pemasaran langsung.
Eksternal	Strategi (SO)	Strategi (WO)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengambil pangsa pasar menengah keatas yang menginginkan kualitas yang tinggi serta pelayanan yang maksimal. (S1, O3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fokus pada kualitas peralatan yang di berikan agar semakin banyak anak anak muda yang berminat. (W1, O2) 2. Promosi Dilakukan melalui media sosial yang rata-rata di lihat oleh anak-anak muda serta memerlukan biaya yang lebih murah. (W2,O2).
Opportunity (Peluang)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin banyak masyarakat yang peduli terhadap kesehatan. 2. Banyaknya anak muda yang mulai mengikuti dunia <i>fitness</i>. 3. Belum ada usaha sejenis yang memiliki tempat latihan yang baik dan benar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. menjaga loyalitas member dengan memelihara kondisi pralatan yang prima.(S1,T1). 2. Memberikan bonus 1 bulan bila membayar penuh 12 bulan secara langsung. (S1,T2). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menekan pengeluaran terkait iklan dengan menggunakan media sosial. (W1, W2 ,T2). 2. Menyediakan program <i>Free Trial</i> bagi calon member agar member dapat merasakan kualitas pelayanan kami.. (W2,T1,T2).
Threat (Ancaman)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ancaman pesaing usaha sejenis yang dapat mengikuti perubahan dengan cepat 2. Kemampuan konsumsi masyarakat Bengkulu yang cenderung rendah. 		

Sumber: GORILLA GYM

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