KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Sebuah *trend* baru dalam gaya hidup masyarakat perkotaan belakangan ini adalah sadar akan pentingnya kesehatan dan perilaku hidup sehat. Seiring dengan berkembangnya dunia usaha yang mewajibkan kepada setiap pekerjaannya agar selalu bisa bersaing dan produktif seolah-olah memenjarakan waktu yang tersedia tidak bisa lagi digunakan untuk berolahraga. Tetapi dengan perkembangan teknologi dan tingkat ilmu pengetahuan yang semakin maju dalam bidang kesehatan, nutrisi, pola latihan dan makanan akhirnya menjadikan *fitness* industri sebagai ladang bisnis baru yang potensial.

Menjalani pola hidup sehat sebagai senjata untuk dijadikan kemenangan dalam setiap pertempuran rutinitas kegiatan sehari-hari ternyata sudah bukan menjadi rahasia umum lagi. Hanya dengan kualitas tubuh yang sehat ternyata segala macam pekerjaan dan tugas mampu diselesaikan dengan baik dan dengan cara yang baik pula. Dalam arti cara yang baik adalah mampu menyelesaikan tugas tersebut dengan ide-ide baru ataupun dengan suasana psikis yang baik dan cerdas.

Usaha kebugaran ataupun menjual produk yang berkaitan dengan dunia *fitness*, rupanya sudah menjadi komoditi jasa yang belakangan ini banyak digunakan masyarakat, khususnya bagi mereka yang memiliki mobilitas tinggi, kebugaran sudah menjadi modal utama yang paling dasar sebelum mereka menjalani aktifitas profesinya sehari-hari.

Khusus untuk para penyelenggara *Hero fitness*, tidak jarang mereka memasukkan unsur hiburan dalam kegiatan promosi agar menarik perhatian. Sehingga diharapkan mampu mempengaruhi agar mau bergabung dengan klub tanpa lagi dibatasi akan pemikiran bahwa *fitness center* atau tempat kebugaran hanya fasilitas untuk sekedar pelepas hasrat mencapai kebugaran.

Gaya hidup dalam dunia *fitness* mampu merangkul serta merangkum dari semua indikator kebutuhan akan kesehatan dan kebugaran kenapa? karena dalam olahraga *fitness* yang kini cendrung sudah menjadi gaya hidup selalu memadukan antara berolahraga dengan cara mengatur pola makan atau diet serta pengaturan akan kesadaran kualitas istirahat. Hampir semua yang diberikan oleh dunia *fitness* adalah sebuah kebutuhan pokok yang memang sudah sepatutnya yang harus dijalani oleh setiap masyarakat dalam menjalani *healty lifestyle*.

Bagi mereka yang menggeluti dunia *fitness*, mengerti dan sadar untuk menjalani kehidupan dengan senjata pengaturan pola hidup sehat. Tapi tentunya olahraga lain pun di luar *fitness* juga menyarankan untuk hidup yang sedemikian, namun perubahan dari sebuah olahraga menjadi gaya hidup menjadikan *fitness* sebagai aktifitas yang kini digandrungi banyak kalangan, seiring bertambahnya waktu, kini *fitness* sudah menjadi sebuah komunitas yang tidak hanya diisi oleh pecinta otot *(atlet binaraga)* atau pecinta *aerobic* semata melainkan banyak motif-motif lain yang mengakibatkan seseorang untuk *join* atau bergabung dalam kalangan *fitness.*

B. Analisis Pesaing langsung

Hero Fitness Center memang bukanlah satu-satunya pusat kebugaran yang ada saat ini. Ada banyak usaha sejenis yang saat ini tumbuh dan berkembang. Namun *Hero*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Fitness Center memiliki ciri khas bila dibanding dengan layanan sejenis lainnya yakni tersedianya layanan instruktur yang bisa membimbing aktivitas kebugaran disebuah kantor sehingga aktivitas tersebut dapat dilakukan tanpa meninggalkan area perkantoran.

Pesaing langsung dari *Hero Fitness* adalah tempat-tempat pusat kebugaran lain sudah ada disekitar lokasi *Hero Fitness*, yaitu *Gold Gym*, dan *Trisakti Gym*. Para pesaing langsung *Hero Fitness* ini memiliki segmentasi pasar yang nyaris sama dengan *Hero Fitness Center*, tetapi memiliki keterbatasan target konsumen dalam hal strategi harga, sebagai contoh untuk *Gold Gym* sendiri sangat sulit untuk memangsa pasar mahasiswa di karenakan harga yang relatif cukup mahal untuk *standard* mahasiswa. Sedangkan *Trisakti Gym* memiliki tarif harga yang cocok untuk kondisi keuangan mahasiswa, tetapi memiliki kendala lokasi yang berada didalam lingkungan kampus sehingga membuat target konsumen dari luar mahasiswa Kampus *Trisakti* relatif enggan untuk bergabung dalam ke anggotaan *Trisakti Gym* tersebut.

Persaingan merupakan hal yang sangat wajar dalam dunia bisnis ataupun usaha. Dalam memulai sebuah usaha, sebelumnya kita harus mengetahui siapa saja yang bergelut dalam bisnis tersebut karena merekalah sebenarnya pesaing dalam bisnis kita.

Menurut Kotller dan Keller (2009:319), “ persaingan baru datang dari semua arah dari pesaing global yang ingin menumbuhkan penjualan di pasar baru; dari label pribadi serta merek toko yang dirancang untuk memberikan alternatif harga murah dan dari perluasan merek yang di lakukan untuk meningkatkan kekuatan merek agar bergerak ke kategori lain”.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Kotller dan Armstrong (2012:552-559), langkah-langkah untuk menganalisis pesaing yaitu:

a. Mengenali pesaing perusahaan.

b. Memastikan tujuan pesaing

c. Mengenali strategi pesaing

d. Menilai kekuatan dan kelemahan pesaing

e. Memperkirakan reaksi pesaing

f. Memilih pesaing untuk diserang atau di hindari

Penulis sudah dapat mengetahui dan menganalisah pesaing yang terlebih dahulu membuka usaha di lokasi Tanjung Duren, Jakarta Barat. Dalam menganalisah persaingan kami memliki strategi strategi yang dapat menarik minat konsumen :

a. Melakukan Free Training Program dalam satu bulan.

b. Melakukan promosi dengan cara membuat brosur, radio, surat kabar, sosial media.

c. Menyediakan jasa *Personal Trainer*.

C. Analisis PESTEL Politik *(Political)*, Ekonomi *(Economical)*, Sosial *(Social)*, Teknologi (*technological)*, Lingkungan (*Environmental)* dan Legalitas *(Legal)*

1. Politik

Kebijakan pemerintah memiliki potensi untuk mempengaruhi pasar, beberapa kebijakan tertentu terkait kesehatan dan makan sehat sangat berpengaruh terhadap industri bisnis pusat kebugaran, suasana politik yang juga dapat membuat sebagian masyarakat lebih memilih untuk berolahraga daripada mengikuti perkembangan politik, begitu juga sebaliknya, Jadi politik dapat menjadi peluang untuk terhadap bisnis pusat kebugaran.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Ekonomi

Faktor-faktor ekonomi menjadi tantangan terhadap bisnis kebugaran seperti harga utilitas dan tingkat upah akan mempengaruhi berbagai aspek perusahaan, biaya *Fitness center* akan naik dan anggota mungkin perlu memprioritaskan pengeluaran mereka sebagai pemotongan yang dibuat pada pendapatan mereka, terutama pada kelompok prospek potensi besar sebagai anggota dalam pusat kebugaran.

3. Sosial

Budaya masyarakat hari ini terdapat banyak keinginan untuk terlihat lebih baik dan memiliki tubuh yang lebih ideal maka dari itu, Penulis melihat Peluang yang dapat berkembangnya usaha bisnis kebugaran, hal ini telah mempengaruhi tingkat orang-orang yang ingin memperbaiki kualitas kebugaran diri. Faktor gaya hidup seperti keinginan untuk berkumpul dan bersosialisasi seperti menjadi sebuah trend sosial untuk membentuk komunitas kebugaran atau sekedar kelompok sosial dibidang kebugaran.

4. Teknologi

Kemajuan teknologi dan modernisasi telah memberikan pengaruh yang sangat besar pada pola kehidupan masyarakat, baik dalam segi kehidupan *social*, ekonomi, ataupun budaya. Hal ini menimbulkan konsekuensi yang mengharuskan masyarakat untuk dapat bertahan dan berhadapan dengan perubahan.

Faktor kecangggihan teknologi dalam pengembangan usaha *fitness* harus perhatikan, oleh karena itu pengembangan usaha *fitness* pada *Hero Fitness* sangat mengadalkan faktor kecanggihan teknologi, mulai dalam hal pencatatan atau basis data anggota, penggunaan sistem kartu member, strategi pemasaran dan promosi *Hero fitnes*s selalu mengedepankan untuk memanfaatkan unsur unsur teknologi yang baik, melakukan promosi dengan mengandalkan teknologi merupakan

tantangan baru untuk *Hero Fitness Center* agar dapat menjangkau konsumen lebih dan lebih lagi agar, nama *Hero Fitness Center* dapat di kenal oleh masyarakat luas.

5. Lingkungan

Analisa lingkungan dapat menjadi peluang usaha *Hero Fitness Center* yang mengacu pada lingkungan sekitar tempat usaha yang didominasi oleh masyarakat urban yang terdiri dari karyawan, mahasiswa pelajar dan masyarakat umum. Lingkungan sekitar tempat usaha masih didominasi oleh kegiatan-kegiatan rutinitas masyarakat perkotaan yang sibuk dan cenderung *individualistic*.

6. Legalitas

Legalitas *Usaha Hero fitnes* center dibuat sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku, *Hero fitnes center* dibuat berbadan Hukum dalam bentuk PT dan memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan tanda daftar Perusahaan (TDP), disamping itu *Hero Fitnes Center* juga terdaftar dalam keanggotan PABBSI (Persatuan Angkat Besi dan Berat Seluruh Indonesia), dimana legalitas di Indonesia sering sekali mengalami perubahan maka dapat menjadi ancaman terhadap *Hero Fitness Center*.

D. Analisis Pesaing (*Five Force Porter)*

Menurut Kotler dan Armstrong (2010:211) Analisis pesaing untuk merencanakan strategi pemasaran bersaing yang efektif, perusahaan perlu mencari semua keterangan yang mungkin mengenai pesaing. Perusahan harus secara konstan membandingkan produk, harga, saluran distribusi dan promosinya dengan pesaing terdekat.

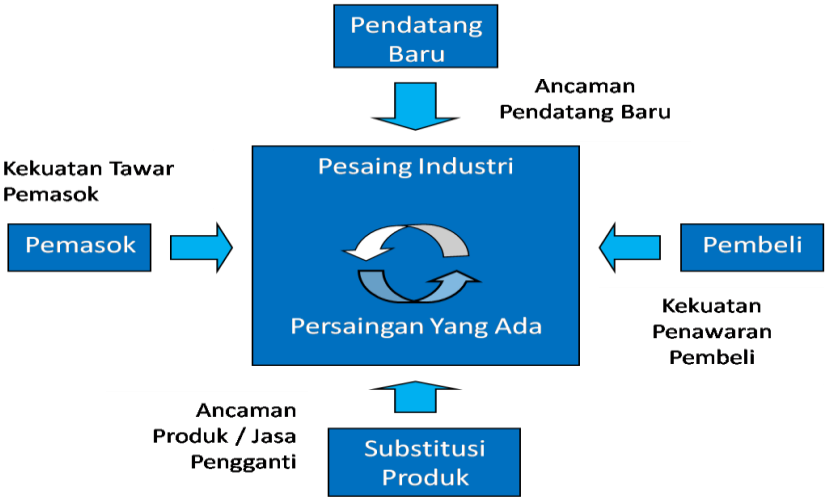
KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Fred R. David yang diadopsi dari Porter (2010:146) , hakikatnya di dalam suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan, dapat dilihat seperti gambar 3.1 berikut ini :

Gambar 3.1

Lima Model Pesaing Menurut Porter



Sumber : Fred R. David. Manajemen Strategis Konsep. Salemba 4. Buku 1. Edisi 12. Hal 146

1. Persaingan antara perusahaan saingan

Perusahaan bersaing secara aktif satu dengan lainnya untuk mencapai daya saing strategis dan laba yang tinggi. Pencapaian hal-hal tersebut, menuntut keberhasilan yang relatif terhadap para pesaing, dengan demikian persaingan yang terjadi antara perusahaan-perusahaan tersebut distimulasi pada saat satu atau lebih perusahaan merasakan tekanan persaingan atau apabila mereka mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan posisi pasar mereka. Karena perusahaan-perusahaan akan bergantung satu sama lain, tindakan satu perusahaan seringkali mengundang reaksi dari pesaingnya, dalam hal ini untuk mensiasati persaingan yang di hadapi *Hero fitness center* akan melakukan pelayanan yang baik, fasilitas yang baik, serta

rapih tidak kotor. Selain itu juga akan memberikan potongan harga bagi penggunaan kartu anggota.

Hero Fitness Center akan melakukan promosi lewat brosur dan media sosial. Peningkatan loyalitas konsumen dan citra merek menjadi target utama *Hero Fitness Center*, apabila konsumen loyal maka secara tidak langsung akan meningkatkan citra merek dari mulut ke mulut, konsumen ke konsumen lain.

2. Ancaman pendatang baru

Masuknya pendatang baru akan menimbulkan sejumlah dampak bagi perusahaan yang sudah ada, misalnya kapasitas bertambah, terjadinya perebutan pangsa pasar. Hambatan-hambatan yang ada bagi pendatang baru antara lain: kurangnya pengalaman, loyalitas konsumen yang kuat, preferensi merek yang kuat, penggunaan modal yang besar, kurangnya saluran distribusi yang memadai, lokasi yang kurang menguntungkan, kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi secara cepat, kebutuhan menguasai teknologi dan trik-trik praktis, kebijakan regulatif pemerintah, kurangnya pengetahuan, kepemilikan paten, serangan balik dari perusahaan yang diam-diam berkubu, dan potensi penyaringan pasar.

Ancaman masuknya pendatang baru pada *Hero fitness center* di pengaruhi beberapa faktor: Pertama, membangun sebuah bisnis usaha *fitness* terbilang tidak sulit, sehingga pendatang baru yang ingin memasuki industri ini menjadi mudah.

Kedua, adanya pendatang baru yang mempunyai modal yang besar serta mempunyai fasilitas lebih baik. Untuk memasuki bisnis ini, *Hero fitness center* akan menggunakan strategi pelayanaan yang terbaik, fasilitas yang baik, dan memberikan promosi untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Kekuatan tawar pemasok

Pemasok dapat mempengaruhi industri lewat kemampuan mereka menaikkan harga atau mengurangi kualitas produk atau servis. Pemasok dalam bisnis tempat *fitness* tidaklah begitu mempengaruhi mengingat *Hero fitness center* adalah bisnis jasa.

4. Kekuatan tawar pembeli/Konsumen

Konsumen lebih suka membeli produk dengan harga serendah mungkin dengan kualitas yang baik. Hal ini mengakibatkan usaha dapat memperoleh pengembalian laba serendah mungkin. konsumen akan menuntut kualitas yang lebih tinggi, pelayanan yang lebih baik serta harga yang murah, dimana hal ini mendorong persaingan antar perusahaan dalam suatu bisnis. Dalam hal ini kekuatan tawar konsumen relatif kecil karena dalam usaha jasa biasa sudah menetapkan harga terlebih dahulu. Standar sewa tempat kebugaran yang baik serta harga di setiap sewa tempat fitnes relatif sama hanya fasilitas peralatan tempat kebugaran dan pelayanan yang akan membedakannya.

5. Ancaman produk/jasa pengganti

Apabila harga yang ditawarkan jasa pengganti tersebut lebih murah/rendah dan mutu serta kemampuan kinerja produk pengganti tersebut sama atau melebihi dari produk sebelumnya maka tentu konsumen akan memilih produk pengganti. Hadirnya produk pengganti membuat batas tertinggi harga yang dapat diberikan kepada konsumen. Kekuatan kompetitif produk pesaing bisa diukur dengan penelitian terhadap pangsa pasar yang berhasil diraih produk itu.

Banyaknya jasa pengganti dalam usaha ini akan membuat banyak pesaing baru, mengingat olahraga bukan hanya *fitness* saja, maka bagi konsumen yang

ingin sehat akan bisa mudah pergi memilih alternatif bentuk olahraga lain, tetapi *fitness* juga bukan sekedar olahraga saja melainkan menjadi tempat sosialisasi dan berkumpul sesama pecinta olahraga kebugaran.

E. Analisis Posisi Dalam Persaingan

Sebuah bisnis penting untuk mengetahui posisi persaingan yang ada didalam pasar. Menurut Kotler (2010:328), mengklasifikasi posisi persaingan perusahaan kedalam empat posisi persaingan, yaitu:

1. Pemimpin pasar *(market leader)* yang memiliki pangsa pasar terbesar yaitu 40%. Sebagai market *leader* perusahaan harus mengambil tiga tindakan yaitu:
   a. Memperluas total pasar, ketika total pasar bertambah perusahaan yang dominan biasanya akan mendapat paling banyak.
   b. Mempertahankan pangsa pasar, dimana sambil perusahaan memperluas pasar, perusahaan juga harus terus aktif mempertahankan pasar yamg sudah ada.
   c. Memperluas pangsa pasar, persaingan menjadi begitu kuat dibanyak pasar yang dapat. Meskipun demikian peningkatan di banyak pangsa pasar tidak otomatis meningkatkan laba.
2. Penantang pasar *(market challenger)* yang memiliki pangsa pasar sebersar 30%. Penentang pasar adalah perusahan yang berusaha memperluas pangsa pasar mereka yang dalam usaha mereka berhadapan langsung dengan pepemimpin pasar. Ada dua hal penting yang harus dilakukan penentang pasar yaitu :
   a. Mendefinisikan tujuan strategi dan lawan. Seperti menyerang pemimpin pasar, menyerang perusahan-perusahan seukuran, atau menyerang perusahan kecil.
   b. Memilih strategi menyerang. Menggunakan strategi frontal, sisi, pengitaran, melewati ataupun griliya.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Pengikut pasar *(market follower)* memiliki pangsa pasar 20%. Perusahaan yang tidak mengusik pemimpin pasar dan hanya puas dengan cara menyesuaikan diri pada kondisi-kondisi pasar. Strategi pengikut pasar dilakukan untuk dapat mempertahankan konsumen dan memperoleh konsumen, agar tidak dapat balasan dari pihak lawan 3 strategi :
   a. *Cloner* upaya meniru dan menyamai bauran pemasaran pemimpin pasar.
   b. *Imitator* melakukan differensiasi tapi tetap meniru pemimpin pasar dalam hal pembaruan dan bauran pasar.
   c. *Adopter* mencontoh produk pemimpin pasar dan mengimprovisasi.
4. Penceruk pasar (*market nicher*) memiliki 10%. Hanya melayani pasar yang diabaikan pemimpin pasar guna untuk menghilangkan persaingan terhadap perusahaan besar dan kecil. Strategi dari pencerukan pasar yaitu, hanya melayani pelanggan tertentu, seperti menjual pada satu perusahaan saja.

Dari posisi pasar yang ada *Hero fitness center* termasuk kedalam Pengikut pasar *(market follower)*, dimana untuk menghindari dari persaingan dengan pemimpin pasar, maka dari itu meniru dan menyamai produk pemimpin pasar dengan melakukan perbedaan terhadap jasa yang di berikan, dari fasilitas, peralatan *fitness* yang disediakan dan pelayanan yang akan di berikan.

F. Keunggulan Dibandingkan Dengan Pesaing

Setiap perusahaan atau bisnis pasti mempunyai persaingan, banyak bermacam-macam persaingan, mulai dari persaingan harga, pelayanan, fasilitas, lokasi, dan promosi-promosi yang akan diberikan untuk menarik konsumen.

Biaya keanggotaan yang terlalu mahal membuat pelanggan enggan untuk bergabung menjadi anggota, tetapi jika harga sewa sesuai dengan fasilitas, pelayanan

yang diberikan konsumen akan datang kembali. *Hero Fitness center* menetapkan harga relatif murah untuk bergabung menjadi anggota dan memberikan harga khusus mahasiswa. Lokasi *Hero Fitness center* yang mudah di akses menggunakan kendaraan pribadi ataupun angkutan umum, serta di unggulkan karena berada di lokasi lingkungan Mahasiswa dan karyawan perkantoran.

Fasilitas yang di berikan yaitu peralatan *fitness* yang memadai, tempat *locker*, TV layar datar berukuran besar, *sound system*, serta ruang bilas kamar mandi yang bersih dan nyaman, selain itu juga di sediakan fasilitas *free-wifi*, memberikan potongan harga pemilik kartu anggota saat menyewa peralatan *fitness*. Banyak tempat *fitness* yang mengharuskan membayar tempat parkir, di *Hero Fitness center* bagi konsumen yang datang akan di bebaskan biaya parkir.

G. (*Competitive profile matrix(CPM)*

Pesaing *Hero Fitness center* adalah tempat jasa kebugaran yang berada didaerah sekitar grogol jakarta Barat. Para pesaing adalah: *Gold Gym Citra land*, *Fitness first Mall* Taman anggrek, dan *Trisakti Gym*. Para pesaing *Hero Fitness center* cenderung mempunyai spesifikasi yang hampir sama, karena mereka sama hanya penyedia jasa pusat kebugaran, yang membuat berbeda adalah fasilitas dan keunggulan dalam memberikan pelayanan pada konsumen. Tabel analisi CPM dapat dilihat seperti tabel 3.1. dapat di lihat di halaman 37.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.1

Analisis CPM *(Company profil matrix)*

		Hero Fitness Center		***Gold Gym***		***Fitness First***		**Trisakti *Gym***	
Faktor Keberhasilan	Bobot	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Lokasi	0,25	4	1	4	1	3	0,75	3	0,75
Peralatan	0,15	3	0,45	4	0,6	4	0,6	3	0,45
Kelengakapan Peralatan	0,15	2	0,3	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Pelayanan	0,2	3	0,6	4	0,8	4	0,8	2	0,4
Fasilitas	0,15	3	0,45	3	0,45	4	0,6	1	0,15
Promosi	0,1	3	0,3	2	0,2	2	0,2	1	0,1
	1		3,1		3,5		3,4		2,3

Sumber data: data *Hero Fitness Center*

Faktor penentu keberhasilan (*Critical Success factor-CSF*) dalam CPM berfokus pada internal, dengan demikian peringkat pada CPM mengacu pada kekuatan dan kelemahan, di mana:

4 = Kekuatan utama

3 = Kekuatan

2 = Kelemahan

1 = Kelemahan utama

Semakin ketatnya persaingan yang berada di wilayah Jakarta Barat khususnya di Grogol dan Tanjung Duren, maka *Hero Fitness center* harus memiliki strategi yang baik dan meningkatkan keunggulan untuk menghadapi persaingan, untuk menjadi unggul dalam bersaing *Hero Fitness center* harus memperhatikan hal penting dalam menjalankanya usaha.

Lokasi yang menjadi suatu faktor yang sangat penting dalam membuka usaha jasa sewa tempat *fitness*. Melihat banyak tempat jasa sewa tempat *fitness* yang jauh dari keramaian, atau sebaliknya berada pada lokasi yang padat dan macet. maka dari

itu *Hero Fitness Center* memilih membuka di Tanjung Duren Utara, Jakarta Barat yang mudah diakses dan dekat dengan aktifitas keramaian.

Setiap perusahaan atau bisnis pasti mempunyai persaingan, beberapa persaingan yang ada seperti harga sewa yang terlalu mahal membuat konsumen enggan datang kembali, tetapi jika harga sewa yang ditawarkan sesuai maka konsumen akan datang kembali. *Hero Fitness Center* menentukan harga Member sebesar Rp 200.000,-/bulan untuk Mahasiswa dan Rp.400.000,- untuk karyawan dan umum.

Salah satu Tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan konsumen. Terciptanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumen, akan menjadi respon awal yang baik bagi konsumen dan akan memunculkan kesetian maupun kenyamanan pada tempat *fitness* kita, serta akan menjadi rekomendasi bagi para konsumen lain yang akan bermain *fitness* untuk datang ke *Hero Fitness Center*.

Service atau pelayanan adalah hal yang sagat penting mengingat *Hero Fitness Center* adalah jenis jasa. Oleh karena itu dengan pelayanan yang baik akan menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dengan pengunjung. Konsumen akan menyukai pelayanan yang sopan, *responsibility*, dan juga peduli, maka dari itu seluruh karyawan di *Hero Fitness Center* akan diajarkan cara untuk melayani konsumen dengan sopan, *responsibility*, dan peduli. Karena pelayanan adalah hal terpenting bagi bisnis ini.

Fasilitas dalam sebuah usaha tempat jasa sewa *fitness* sangat penting, yang karena hal akan mempengaruhi loyalitas konsumen, karena itu *Hero Fitness Center* mempunyai banyak fasilitas yang menunjang untuk kegiatan berolahraga *fitness.*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sebab konsumen akan melihat fasilitas yang diberikan atas apa yang mereka keluarkan.

Promosi merupakan salah satu hal yang akan di lakukan dalam bisnis untuk menarik konsumen. Promosi yang di lakukan *Hero Fitness Center* diantaranya melalui brosur dan beberapa media *online*. *Hero Fitness Center* juga akan memberikan potongan harga pada konsumen yang memiliki kartu anggota agar dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

H. Analisis Industri dan Strategi Persaingan

Pertumbuhan jasa pusat kebugaran atau lebih dikenal *fitness*, di daerah Jakarta Barat. beberapa pesaing yang mempunyai keunggulan dalam persaingan dan juga memiliki kelemahan. Pesaing dari *Hero Fitness Center* adalah *Gold Gym* dan *Fitness first* dan Trisakti *Gym*. berikut ini keunggulan dan kelemahan pesaing.

Tabel 3.2

Analisi Pesaing

Nama Perusahaan Pesaing	**Keunggulan**	**Kelemahan**
Gold Gym *Citra land*	1. Menggunakan Peralatan baru, *branded* dan berkulitas tinggi 2. Berada didalam pusat belanja dan keramaian 3. Jumlah peralatan yang lengkap 4. Adanya paket *member* dengan sistem pembayaran kartu kredit	1. *System* pembayaran harus langsung per tahun. 2. Biaya administrasi dan biaya keanggotaan untuk bergabung relatif mahal 3. Tempat parkir sering

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

	5. Gratis biaya Parkir untuk member 6. Tempat yang bersih dan nyaman	penuh karena bergabung dengan pusat perbelanjaan 4. Terkesan tidak terlalu privasi karena berada di dalam kawasan perbelanjaan
Fitness First Taman Anggrek	1. Sudah Punya nama / dikenal masyarakat 2. Menggunakan Peralatan baru, *branded* dan berkulitas tinggi. 3. Berada didalam pusat belanja dan keramaian 4. Jumlah peralatan yang lengkap 5. Adanya paket *member* dengan sistem pembayaran kartu kredit 6. Gratis biaya Parkir untuk member	1. System pembayaran harus langsung per tahun. 2. Biaya administrasi dan biaya keanggotaan untuk bergabung relatif mahal 3. Tempat parkir sering penuh karena bergabung dengan pusat perbelanjaan 4. Terkesan tidak terlalu privasi karena berada di dalam kawasan perbelanjaan
Trisakti *Gym*	1. Harga relatif lebih murah 2. Bisa dibayar per kunjungan	1. Kualitas peralatan kurang memadai

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

	3. Promosi langsung ke target konsumen dengan mudah karena berada di dalam lingkungan kampus 4. Bebas biaya parkir 5. Sistem pembayaran fleksibel bisa harian, mingguan maupun bulanan dengan cara pembayaran cash atau kartu kredit	2. Kelengkapan peralatan *fitness* kurang lengkap 3. Suasana di dalam area tempat *fitness* kurang bersih dan kurang nyaman 4. Kamar mandi kurang bersih

Pada tabel di atas dapat dilihat keunggulan dan kelemahan para pesaing dari *Hero Fitness Center*, ada yang mempunyai keunggulan kualitas perlengkapan *fitness* tetapi dengan harga yang relatif mahal, namun ada pula dengan biaya yang relatif murah tetapi tidak di tunjang dengan perlengkapan yang memadai.

Strategi bersaing yang akan di berikan *Hero Fitness center* adalah dengan focus dimana akan melayani segmen pasar dengan baik dan bukan dengan mengejar seluruh pasar. *Hero Fitness Center* memfokuskan pada kualitas peralatan *fitness* serta fasilitas yang bersih, dan dari harga yang akan diberikan cukup terjangkau agar dapat masuk semua kalangan terutama untuk Mahasiswa dan karyawan.

Hero Fitness Center memiliki perlengkapan *fitness* yang baru dan lengkap tetapi belum dikenal masyarakat dan target konsumen, menutupi kekurangan itu *Hero Fitness Center* berupaya melakukan promosi kepada target pasar yaitu Mahasiswa dan karyawan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

I. Analisis SWOT

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

Menurut Kotabe dan Helsen (2011:283), "analisis SWOT adalah salah satu teknik yang berguna untuk menganalisis posisi kompetitif perusahaan dengan para pesaingnya".

Menurut Freed.K (2012:17-18), "peluang atau ancaman menunjuk pada berbagai tren dan kejadian yang dapat signifikan menguntungkan atau merugikan susatu organisasi di masa yang akan datang, kekuatan dan kelemahan merupakan aktifitas terkontrol suatu organisasi yang mampu di jalankan sangat baik atau buruk".

Berdasarkan definisi di atas menurut penulis SWOT adalah salah satu cara untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman suatu usaha untuk di masa yang akan datang. Berikut ini adalah analisis SWOT dari *Hero Fitness Center* :

1. *Strength*s (Kekuatan)

a. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen baik, karena mengingat *Hero Fitness Center* adalah usaha jasa maka dari itu pelayanan adalah hal paling utama. Karyawan yang di pekerjakan akan di seleksi dan diberi pelatihan untuk melayani konsumen.

b. Kualitas standard perlengkapan *fitness*. Melihat kualaitas peralatan *fitness* para pesaing sangat baik dan bermutu tinggi, *Hero fitness* tidak mau kalah dengan mempersiapkan peralatan yang layak dan baik

c. Fasilitas, *Hero Fitness Center* akan memberikan fasilitas yang lengkap untuk menunjang kegiatan kebugaran, seperti adanya *locker* untuk keamanan barang dan pakaian pelanggan, kamar mandi dan ruang ganti yang bersih dan nyaman. Fasilitas *wifi* dan serta TV dan perlengkapan *sound system* yang bagus.

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.

d. Lokasi tempat usaha yang strategis dan mudah di jangkau baik menggunakan kendaraan umum atau pribadi, karena *Hero Fitness center* berada di wilayah yang menjadi pusat keramaian kota kawasan perkantoran dan perkuliahan.

2. *Weaknesses* (kelemahan)

a. Kurangnya pengalaman penulis dalam menjalankan usaha ini. Penulis terbilang baru dalam menjalankan usaha ini dibandingkan dengan pesaing yang sudah lama.

b. *Hero Fitness center* merupakan usaha pusat kebugaran yang baru dan belum dikenal masyarakat karena bukan merupakan waralaba atau usaha cabang dari tempat tempat sebelumnya.

c. Kurangnya lahan parkir bagi konsumen pengendara roda empat

3. *Opportunities* (peluang)

a. Kesadaran masyarakat untuk menjalani gaya hidup sehat dan menjaga bentuk tubuh yang ideal sedang menjadi trend bagi seluruh lapisan masyarakat

b. Sulitnya lahan untuk berolah raga dan bersosialisasi memberikan peluang tersendiri untuk usaha pusat kebugaran.

c. Maraknya pertandingan-pertandingan *body Building* atau binaraga yang di selenggarakan oleh federasi olah raga maupun sponsor memacu semangat para peserta lomba untuk semakin giat latihan membentuk tubuh di pusat-pusat kebugaran.

4. *Threats* (Ancaman)

a. Persaingan harga pusat kebugaran bisa menjadi ancaman karena beberapa orang tidak melihat kualitas peralatan melainkan dari sisi harga.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

b. Kecenderungan masyarakat yang cepat bosan dan senang mencari suasana baru sehingga pelanggan mudah untuk lari atau berpindah kepada tempat usaha pusat kebugaran lain yang lebih baru dan menarik

c. Lokasi yang cukup berdekatan dengan pesaing yaitu dengan *Gold Gym Citra Land*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.3

Matriks SWOT

Hero Fitness Center

	Strengths – S	***Weaknesses - W***
	1. Lokasi yang strategis. 2. Menggunakan Peralatan Technogym dan harga murah 3. Fasilitas yang memadai. 4. Pelayanan yang dimana Instruktur dapat melatih dimana saja.	1. Kurang pengalaman pemilik. 2. *Brand image* baru 3. Lapangan parkir yang kurang memadai
Opportunities – O	SO Strategi	WO Strategi
1. Kesadaran masyarakat untuk hidup sehat 2. Sulit ditemukan lahan atau fasilitas olahraga umum 3. Maraknya competisi binaraga	1. Melakukan promosi sebesar-besarnya agar konsumen sekitar mengetahui adanya tempat *fitness* yang memadai kantong dan tidak jauh dari tempat tinggal konsumen 2. Melakukan kerja sama dengan perkantoran setempat untuk menggunakan jasa instruktur ke kantor, untuk melatih para karyawan dan meciptakan kebugaran para karyawan agar produktivitas kerja meningkat dan kesehatan tubuh tejaga.	1. Walaupun dengan kekurangan pengalaman akan menjalan bisnis tetapi dengan menciptakan kesadaran masyarakat untuk hidup lebih sehat dan susahnya fasilitas olahraga umum di daerah sekitar tanjung duren maka pemilik memiliki peluang yang baik. 2. Melakukan kompetisi-kompetisi *body building.*
Threats - T	ST Strategi	WT Strategi
1. Adanya kelompok yang tidak mementingkan kulitas tetapi mementingkan harga 2. Sifat masyarakat yang cepat jenuh. 3. Lokasi yang berdekatan dengan *Gold GYM*	1. Menciptakan pelanggan yang setia dan loyal sehingga bila adanya pesaing yang lebih baik maka pelanggan akan tetap loyal. 2. Lebih banyak melakukan promosi agar brand image semakin meningkat di kalangan masyarakat sekitar.	1. Meningkatkan pencitraan dan pemasaran yang baik di berbagai media sosial dan media kawasan agar lebih cepat dikenal oleh publik 2. Menjadi market leader untuk menguasai pasar.

Sumber : Hero Fitness Center