

BAB III

ANALISIS INDUSTRI dan PESAING

Analisis industri merupakan kombinasi antara ekonomi industri dan strategi. Diawali dengan adanya tambahan atas teori organisasi industri oleh Joe S. Bain (1950) yang menyatakan bahwa struktur industri tidak hanya terbatas pada ukuran besarnya industri, tetapi juga ditentukan dengan mobilitas hambatan masuk ke dalam industri. Selanjutnya berkembang teori struktur industri yang berdasarkan pada premis bahwa perbedaan tingkat keuntungan perusahaan merupakan fungsi kekuatan pasar yang didorong oleh struktur inter-industri dan intra-industri. Porter menyatakan bahwa kelima kekuatan bersaing tersebut dapat mengembangkan strategi persaingan dengan mempengaruhi atau mengubah kekuatan tersebut agar dapat memberikan situasi yang menguntungkan bagi perusahaan.

Ruang lingkup kelima kekuatan bersaing tersebut yang pertama yaitu ancaman persaingan segmen yang ketat, segmen tertentu menjadi tidak menarik jika ia telah memiliki pesaing yang banyak, kuat, atau agresif. Kedua, ancaman pendatang baru, daya tarik segmen berbeda-beda menurut tingginya hambatan untuk masuk dan keluarnya. Ketiga, ancaman produk substitusi, segmen tertentu menjadi tidak menarik jika terdapat substitusi produk yang aktual atau potensial. Keempat, ancaman peningkatan kekuatan posisi tawar pembeli, segmen tertentu menjadi tidak menarik jika pembeli memiliki kekuatan posisi tawar (*bargaining power*) yang kuat atau semakin meningkat. Dan yang terakhir, kelima yaitu ancaman peningkatan kekuatan posisi tawar pemasok, segmen tertentu menjadi tidak menarik jika para pemasok perusahaan mampu menaikkan harga atau mengurangi kuantitas yang mereka pasok.





A. Gambaran Masa Depan dan Perkembangannya

Begitu banyak bisnis yang sudah dijalankan namun kemudian berakhir dengan gulung tikar, hal ini dikarenakan pebisnis tidak melakukan penelitian terhadap bisnisnya sebelum membangun bisnis tersebut. Gambaran masa depan adalah seunit ramalan tentang kecenderungan-kecenderungan yang mungkin akan terjadi di masa yang akan mendatang. Dengan adanya gambaran masa depan ini tentunya akan memudahkan perusahaan dalam memilih strategi-strategi yang paling tepat untuk diterapkan demi tercapainya tujuan perusahaan. Terlebih lagi dengan perubahan yang terjadi begitu cepat seiring dengan berkembangnya zaman yang menuntut seorang pebisnis untuk senantiasa melakukan inovasi-inovasi untuk mengembangkan bisnisnya. Untuk itu diperlukan cara berpikir yang kreatif dan inovatif untuk mempertahankan kelangsungan hidup suatu bisnis agar tetap bertahan dalam suatu industri.

Bisnis sarang burung walet merupakan salah satu bisnis yang keuntungannya sangat besar tetapi terkadang bisnis ini mengalami naik dan turun. Pada tahun 1998-2000 harga penjualan sarang burung walet per kg adalah Rp 14.000.000,00. Tetapi pada tahun 2000 sampai 2013 harga sarang burung walet terus menurun secara perlahan hingga mencapai Rp 2.500.000,00 per kg nya, pada sekitar tahun 2000- 2013 banyak pengusaha sarang burung walet yang memutuskan untuk mengundurkan diri dari bisnis tersebut karena mengalami kerugian yang cukup besar. Tetapi pada tahun 2014 harga mulai naik dan tetap di Rp 4.000.000,00. Pada saat sekarang harga sarang burung walet mulai dari Rp 8.000.000 sampai Rp 10.000.000.

Sarang burung walet merupakan komoditi ekspor yang bernilai tinggi. Kebutuhan akan sarang burung walet di pasar internasional sangat besar dan masih kekurangan persediaan. Hal ini disebabkan oleh masih kurang banyaknya budidaya burung walet.



3. 4.9 gr besi
4. 2.5 gr garam anorganik (termasuk kalium, kalsium, natrium, magnesium, belerang, fosfor, silika, dan garam mineral lainnya)
5. 1.4 gr serat

Beberapa manfaat sarang burung walet :

1. Manfaat untuk wanita hamil
 - a. Mempunyai kandungan gizi dan nutrisi yang baik untuk memperkuat tubuh wanita dan janin.
 - b. Membantu pemulihan lebih cepat setelah melahirkan.
2. Manfaat untuk anak-anak
 - a. Memperkuat sistem kekebalan tubuh
 - b. Lebih mudah menghindari penyakit flu
3. Manfaat untuk para manula
 - a. Menjaga kesehatan pada umumnya
 - b. Memperkuat paru-paru dan ginjal, yang juga meningkatkan kualitas limpa
4. Manfaat untuk pria
 - a. Meningkatkan fungsi ginjal
 - b. Memperkuat paru-paru
 - c. Sangat membantu untuk penyembuhan penyakit asma, susah bernafas dan batuk yang berkepanjangan
5. Manfaat untuk wanita
 - a. Menjaga kulit lebih cerah dan berseri
 - b. Membantu meremajakan dan menghaluskan kulit
 - c. Lebih awet muda dan menjaga dari penuaan dini

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.

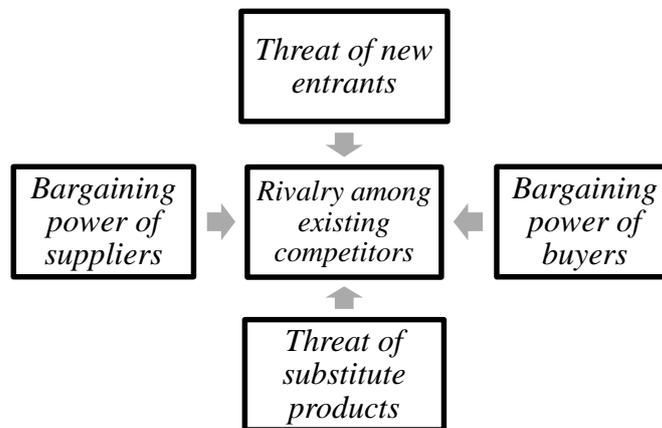


Ini adalah alasan mengapa masyarakat di China dan Hong Kong sangat sering mengonsumsi sarang walet karena kandungan gizi di dalamnya sangat baik untuk kesehatan mulai dari anak-anak sampai orang tua (manula). Oleh karena manfaatnya yang begitu banyak penulis melihat suatu peluang bisnis yang masih sangat potensial dalam perkembangannya di masa mendatang.

B. Porter's Five Competitive Forces

Salah satu strategi bisnis yang digunakan untuk melakukan analisis dari sebuah struktur industri adalah *Porter's Five Competitive Forces*. Menurut Porter, hakikat persaingan suatu industri dapat dilihat sebagai kombinasi atas lima kekuatan, berikut *Porter's Five Competitive Forces* pada Gambar 3.1.

Gambar 3.1
Porter's Five Competitive Forces



Sumber: *Marketing*

Strategy (2011;144)

Lima faktor kekuatan yang menentukan intensitas persaingan dalam suatu industri menurut Porter adalah:

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.



1. Ancaman dari produk-produk pengganti

Produk pengganti secara fungsional mempunyai manfaat yang serupa dengan produk utama (asli), namun memiliki kualitas produk dan harga yang lebih rendah. Umumnya, produk pengganti disenangi oleh orang yang berpenghasilan rendah, tetapi ingin tampil dengan status lebih tinggi dari keadaan sebenarnya.

Ancaman dari produk-produk pengganti yang dimaksud di sini adalah seberapa mudah pelanggan/konsumen produk kita dapat berpindah ke produk pengganti. Ancaman produk pengganti itu tinggi, ketika:

- Ada banyak tersedia produk pengganti
- Konsumen dengan mudah dapat menemukan produk atau jasa seperti yang kita tawarkan, dengan harga yang sama atau bahkan lebih murah
- Kualitas dari produk pesaing kita lebih baik
- Produk pengganti itu dikeluarkan oleh perusahaan yang meraih laba (*profit*) tinggi, sehingga bisa menurunkan harga sampai ke tingkat terendah.

Dalam situasi-situasi yang disebutkan di atas, konsumen dengan mudah bisa berpindah ke produk-produk pengganti. Jadi pengganti-pengganti itu adalah ancaman terhadap perusahaan kita. Ketika terdapat produk-produk pengganti, baik yang bersifat aktual ataupun potensial, maka segmen pasar itu menjadi tidak menarik.

Keuntungan dan harga produk juga terpengaruh oleh adanya produk pengganti, sehingga kita perlu memantau tren harga secara ketat. Dalam industri-industri pengganti, jika kompetisi meningkat atau teknologi berubah menjadi lebih modern, harga dan keuntungan akan merosot.

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



2. Ancaman dari pendatang baru

Ⓒ Pendatang baru yang dimaksud di sini adalah perusahaan yang memasuki industri, dengan membawa kapasitas baru dan ingin memperoleh pangsa pasar yang baik dan keuntungan.

Masuknya pesaing baru ke pasar juga akan melemahkan kekuatan kita.

Namun ancaman dari pendatang baru ini tergantung pada hambatan untuk masuk (*entry barriers*) atau keluar (*exit barriers*) dari industri bersangkutan. Hambatan masuk itu, misalnya, perizinan, hak paten, investasi yang mahal, teknologi yang canggih, sulitnya memperoleh sumberdaya manusia yang andal, dan sebagainya.

Ancaman dari pendatang baru ini tinggi, ketika:

- Persyaratan modal untuk memulai bisnis itu rendah
- Ekonomi skalanya (*economies of scale*) di industri tersebut sedikit.
Economies of scale adalah prinsip pengurangan biaya, di mana jika produk dihasilkan dengan jumlah yang semakin besar, maka biaya per unit produknya semakin rendah.
- Konsumen dengan mudah bisa berpindah ke produk dari pendatang baru, tanpa perlu mengeluarkan biaya yang besar (*low switching cost*)
- Teknologi kunci kita tidak sulit diperoleh atau tidak diproteksi dengan baik
- Produk kita tidak terdiferensiasi (*differentiated*)

Ada variasi dalam daya tarik segmen pasar, yang tergantung pada hambatan masuk dan keluar. Segmen ini lebih menarik ketika memiliki hambatan masuk yang tinggi dan hambatan keluar yang rendah. Hanya sedikit perusahaan baru yang terjun ke industri itu, sedangkan perusahaan yang kinerjanya buruk dengan mudah bisa keluar dari pasar.

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.



Ketika baik hambatan masuk maupun hambatan keluar sama-sama tinggi,

maka margin keuntungannya (*profit margin*) juga tinggi. Namun, perusahaan-perusahaan ini menghadapi risiko yang lebih besar, karena perusahaan yang kinerjanya buruk terpaksa bertahan dan harus berjuang untuk bisa keluar dari pasar tersebut.

Sedangkan ketika hambatan masuk dan keluar sama-sama rendah, di mana perusahaan dengan mudah bisa masuk dan keluar dari industri itu, keuntungan juga rendah.

Kondisi terburuk adalah ketika hambatan masuk itu rendah dan hambatan keluarnya tinggi. Akibatnya, dalam kondisi bisnis yang baik, banyak perusahaan pendatang baru masuk ke industri, sedangkan ketika kondisi bisnis memburuk sangat sulit bagi perusahaan di sana untuk bisa keluar.

3. Persaingan industri

Persaingan konvensional terjadi di mana setiap perusahaan selalu berusaha sekeras mungkin untuk merebut pangsa pasar perusahaan lain. Konsumen merupakan obyek persaingan dari perusahaan sejenis yang bermain di pasar. Perusahaan yang dapat memikat hati konsumen akan dapat memenangkan persaingan. Untuk dapat memikat konsumen, berbagai cara dilakukan, mulai dari memberikan fasilitas khusus, pemberian kredit dengan syarat ringan, harga murah, atau diskon.

Dalam konteks industri media, perusahaan-perusahaan media bersaing dalam dua pasar yang berhubungan. Mereka menghadapi persaingan dalam menjual konten ke konsumen. Persaingan industri berarti intensitas kompetisi di antara para pesaing yang sudah ada di pasar. Intensitas persaingan ini tergantung

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.



pada jumlah pesaing dan kapabilitas atau kemampuan mereka. Persaingan industri

itu tinggi, ketika:

- a. Ada banyak pesaing yang kecil dan kekuatannya merata. Persaingan akan rendah ketika terdapat pemimpin pasar yang jelas
- b. Konsumen menikmati biaya berpindah produk yang rendah (*low switching costs*)
- c. Industri itu sedang tumbuh
- d. Hambatan keluar (*exit barriers*) itu tinggi dan para pesaing itu tetap bertahan di dalam industri bersangkutan dan bersaing
- e. Biaya tetap (*fixed cost*) itu tinggi, yang menyebabkan produksi yang sangat besar dan pengurangan harga

4. Kekuatan tawar dari pihak pemasok

Kekuatan tawar pihak pemasok berarti seberapa kuat posisi seorang penjual. Seberapa besar pemasok Anda memiliki kontrol terhadap peningkatan harga pasokan. Para pemasok akan lebih kuat, ketika:

- a. Para pemasok terkonsentrasi dan terorganisasi dengan baik
- b. Hanya sedikit pengganti yang tersedia terhadap pasokan
- c. Produk mereka adalah yang paling efektif atau unik
- d. Biaya untuk berpindah produk (*switching cost*), dari satu pemasok ke pemasok yang lain adalah tinggi
- e. Anda bukanlah pelanggan penting bagi pemasok tersebut

Ketika pemasok memiliki lebih banyak kontrol terhadap pasokan dan harganya, maka segmen pasar ini menjadi kurang menarik. Cara terbaik adalah untuk membuat hubungan menang-menang (*win-win relation*) dengan

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



pemasok. Adalah ide yang baik untuk kita memiliki banyak sumber pasokan, sehingga mengurangi ketergantungan pada pemasok tertentu.

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

Pemasok dapat menjadi ancaman dalam suatu industri, sebab pemasok dapat menaikkan harga produk yang dijual atau mengurangi kualitas produknya. Jika harga produk pemasok naik, maka biaya produksi yang harus ditanggung perusahaan media surat kabar kita juga naik, sehingga terpaksa harus menaikkan harga jual produk.

5. Kekuatan tawar dari pihak pembeli

Pembeli akan selalu berusaha mendapatkan produk dengan kualitas yang baik dan harga murah. Sikap pembeli semacam ini berlaku universal dan memainkan peran yang cukup menentukan bagi perusahaan. Jika harga suatu produk dinilai jauh lebih tinggi dari kualitasnya (harganya tidak mencerminkan kualitas yang sepatutnya) maka pembeli atau konsumen tidak akan membeli produk perusahaan kita.

Kekuatan tawar pihak pembeli berarti seberapa besar kekuatan kontrol yang dimiliki pihak pembeli, untuk menekan harga produk kita sehingga jadi lebih murah. Apakah mereka bisa bekerja bersama untuk memesan produk dalam jumlah besar. Pihak pembeli memiliki kekuatan tawar yang besar, ketika:

- a. Jumlah pembeli sedikit, tetapi barang yang tersedia banyak
- b. Pembeli membeli dalam kuantitas yang besar
- c. Produk-produk tidak terdiferensiasi
- d. Biaya yang harus dikeluarkan oleh pihak pembeli untuk beralih ke produk kompetitor adalah rendah
- e. Biaya pembelian (*shopping cost*) rendah
- f. Pihak pembeli sensitif terhadap harga

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.



- g. Ada ancaman kredibel terjadinya integrasi



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

C. Analisis Pesaing

Di dalam dunia bisnis, persaingan merupakan hal yang wajar dan pasti akan dihadapi oleh setiap pebisnis. Terlebih lagi di era globalisasi ini, perubahan terjadi begitu cepat tanpa mengenal waktu dan tempat. Oleh karena itu, para pebisnis harus selalu melakukan inovasi-inovasi yang kreatif untuk senantiasa mengembangkan bisnisnya agar tidak kalah dan mampu mengungguli pesaing-pesaing yang ada.

Menurut David (2013:102), mengenai analisis pesaing bahwa “*Collecting and evaluating information on competitors is essential for susccesful strategy formulation*”.

Dengan kata lain, “Mengumpulkan dan mengevaluasi informasi tentang pesaing sangat penting untuk perumusan strategi yang sukses”.

Langkah-langkah dalam menganalisis pesaing menurut Kotler dalam Umar (2009:68) adalah:

1. Mengidentifikasi Pesaing

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

- a) Jenis produk yang ditawarkan
- b) Melihat besarnya pasar yang dikuasai
- c) Identifikasi peluang dan ancaman
- d) Identifikasi keunggulan dan kelemahan

2. Menentukan Sasaran Pesaing

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

Hak cipta milik 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. Identifikasi Strategi Pesaing

Tujuan perusahaan dalam menjalankan usaha adalah untuk memenangkan persaingan. Oleh karena itu, setiap perusahaan memiliki strategi tersendiri untuk mematenkan 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:

- Mencari dan mengumpulkan data tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan sasaran, strategi dan kinerja pesaing.
- Mencari tahu kekuatan dan kelemahan pesaing dalam hal keuangan, sumber daya manusia, teknologi dan lobi di pasar.
- Mengetahui market share yang dikuasi 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 di mana perusahaan memilih pesaing yang akan diserang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI IKKG (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 IBI IKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Dengan dilakukannya analisis tersebut, maka pebisnis akan memahami kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing, sehingga pebisnis mampu untuk meningkatkan kinerjanya agar dapat mengungguli pesaing-pesaingnya.

White Bird Nest akan beroperasi di Padang dimana banyak sekali pesaing yang tidak kalah unggul dan telah beroperasi lebih lama. Tetapi pesaing di dekat area hanya sedikit karena lokasi yang penulis pilih cukup jauh dari area dimana orang – orang biasa berternak burung walet, sehingga hal ini meminimalkan tingkat persaingan yang ada. Padang merupakan salah satu kota yang sedang berkembang tetapi tidak di bagian ekspor, kebanyakan peternak sarang burung walet menitipkan produk nya ke perusahaan sarang walet lain untuk di ekspor di luar negeri. Perusahaan lain itu biasanya tidak berlokasi di Padang melainkan di kota – kota besar seperti Medan, Jakarta dan Surabaya. Berikut adalah hasil pengamatan dari pesaing-pesaing potensial *White Bird Nest*:

1) Bp. Soni

Alamat : jl. Kelenteng 35, Padang, Sumatera Barat

Telepon : +6287895396323

Kelebihan : usaha lebih lama berdiri

Kelemahan : hanya menjual ke satu distributor

2) Sumber Jaya

Alamat : jl. Andalas Raya, Padang, Sumatera Barat

Telepon : +6281330715513

Kelebihan : usaha lebih lama berdiri dan ongkos kirim gratis ke seluruh Indonesia

Kelemahan : harga mahal

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) PT. Sawitech

- Alamat : jl. Setia budi, Bukit Tinggi, Sumatera Barat
- Telepon : 0751-61623
- Kelebihan : menjual dengan kuantitas besar, usaha telah lama berdiri
- Kelemahan : tidak menerima pengiriman ke luar kota maupun luar negeri

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Segmentasi Pasar

Menurut Kotler dan Armstrong (2010: 215), variabel-variabel segmentasi antara lain:

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, provinsi, wilayah, kabupaten, kota atau lingkungan sekitar. Berdasarkan segmentasi geografis tersebut, segmentasi yang ditetapkan oleh *White Bird Nest* adalah masyarakat yang berdomisili di daerah Padang dan seluruh Indonesia.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis membagi pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel seperti usia, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi dan kebangsaan. *White Bird Nest* melakukan segmentasi demografis sebagai berikut:

- a. Usia dan siklus hidup, yaitu membagi pasar menjadi kelompok usia dan siklus hidup yang berbeda. Fokus segmentasi *White Bird Nest* adalah orang dewasa, karena sarang burung sangat baik dikonsumsi oleh orang

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.



yang telah dewasa maupun lanjut usia karena memiliki manfaat untuk kesehatan.

- b. Jenis kelamin, yaitu membagi pasar menjadi kelompok berbeda berdasarkan jenis kelamin. Fokus segmentasi *White Bird Nest* adalah pria dan wanita.
- c. Pendapatan, yaitu membagi pasar menjadi kelompok pendapatan yang berbeda. Fokus segmentasi *White Bird Nest* adalah masyarakat dengan pendapatan berkisar di atas Rp6.000.000,- per bulan.

B. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup atau karakteristik kepribadian.

White Bird Nest fokus pada segmentasi psikografis sebagai berikut:

- a. Kelas sosial, fokus segmentasi *White Bird Nest* adalah pada masyarakat kalangan menengah ke atas.
- b. Gaya hidup, fokus segmentasi *White Bird Nest* adalah pada masyarakat yang cenderung memiliki gaya hidup sehat, karena sarang burung walet sangat baik dikonsumsi oleh orang dewasa dan lansia untuk kesehatan.
- c. Karakteristik kepribadian, fokus segmentasi *White Bird Nest* adalah mereka yang selalu memiliki keinginan untuk hidup sehat dan menjaga kesehatan.

E. Ramalan Industri dan Pasar

Ramalan industri berguna untuk menganalisis potensi pasar yang dituju oleh perusahaan. Target pasar yang dituju oleh *White Bird Nest* adalah masyarakat yang



berdomisili didalam negeri, namun tidak menutup kemungkinan jika ada konsumen dari luar negeri.

F. Analisis Competitive Profile Matrix (CPM)

Menurut David (2013:113)

“The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm’s strategic position”.

Analisis CPM dapat membantu perusahaan untuk menganalisis siapakah pesaing yang menjadi lawan sejati perusahaan, sehingga perusahaan dapat lebih mudah untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang harus dicapai yang menjadi kelemahan perusahaan jika dibandingkan dengan lawan sejati tersebut. Analisis CPM ini dapat dipermudah dengan menentukan *Key Success Factor* untuk para pesaing perusahaan.

Rating menunjukkan tanggapan perusahaan terhadap faktor-faktor penentu keberhasilan. *Rating* tertinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu menanggapi faktor penentu keberhasilan dengan baik dan menunjukkan kekuatan utama dari perusahaan, di mana 4 = *major strength*, 3 = *minor strength*, 2 = *minor weakness*, 1 = *major weakness*.

Total nilai dapat dilihat pada akhir kolom, di mana perusahaan yang memiliki angka paling besar merupakan perusahaan yang memiliki posisi kompetitif yang paling kuat, sebaliknya perusahaan yang memiliki nilai paling rendah memiliki posisi kompetitif paling lemah. Faktor-faktor kunci keberhasilan yang dipertimbangkan oleh *White Bird Nest* adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



1. Kualitas produk

Kualitas produk dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena kualitas produklah yang membawa konsumen untuk datang dan membeli produk tersebut lagi. Jika kualitas produk yang ditawarkan sangat baik tentunya konsumen tidak akan segan untuk membeli lagi, dan sebaliknya.

2. Lokasi.

Lokasi dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena lokasi yang strategis dan mudah dijangkau tentunya akan menarik perhatian konsumen untuk datang dan membeli produk tersebut.

3. Pelayanan

Pelayanan dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena pelayanan yang baik, cepat dan tepat akan menentukan tingkat kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian produk tersebut. Jika pelayanan yang diberikan baik maka akan kepuasan konsumen akan tinggi, sebaliknya jika pelayanan yang diberikan kurang baik maka kepuasan konsumen akan rendah.

4. Daya saing harga

Daya saing harga dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena konsumen akan melakukan perbandingan dari berbagai alternatif yang ada dalam menentukan kepuasan konsumen untuk membeli suatu produk.

5. Varian bentuk

Varian bentuk dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena setiap sarang burung memiliki berbagai varian bentuk yang berbeda-beda.

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. Fasilitas

Fasilitas dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena fasilitas yang baik dan memadai akan menunjang proses transaksi jual beli menjadi lebih mudah dan nyaman, sehingga konsumen mendapatkan kepuasan.

7. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena strategi pemasaran yang baik akan menciptakan brand image yang baik bagi konsumen maupun calon konsumen.

Berdasarkan penetapan faktor-faktor kunci keberhasilan tersebut, maka setelah melakukan survei ke salah satu pesaing potensial dari *White Bird Nest* yaitu Sumber Jaya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk

Dari faktor kualitas produk, *White Bird Nest* diberi nilai 3 karena diharapkan akan menghasilkan produk yang berkualitas sangat baik seperti Sumber Jaya yang juga diberi nilai 4, begitu juga dengan Bp. Soni dan PT. Sawitech diberi nilai 3.

2. Lokasi

Dari faktor lokasi, PT. Sawitech berada di daerah Bukittinggi yang merupakan bagian kecil dari Kota Padang dan berlokasi jauh dari pusat Kota Padang, ini menjadi salah satu kelemahannya oleh karena itu diberi nilai 2. Sedangkan *White Bird Nest*, Sumber Jaya dan Bp. Soni berlokasi di pusat kota Padang dan karena kota ini belum terlalu dikenal akrab oleh masyarakat dan jarang dikunjungi oleh wisatawan asing sehingga diberi nilai 3.

3. Pelayanan

Dari faktor pelayanan, *White Bird Nest* diharapkan akan mengungguli pesaing lainnya karena konsep yang ditawarkan berjualan melalui media sosial, sehingga

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.



pelayanan tentunya menjadi faktor yang krusial dan sangat penting, sehingga

Untuk faktor pelayanan diberi nilai 4. Sedangkan untuk Sumber Jaya juga diberi nilai 4 karena perusahaan ini menyediakan konsep dimana biaya ongkos kirim ke seluruh Indonesia gratis. Bp. Soni hanya menjual produknya ke satu distributor saja, tidak menerima pesanan dari orang lain ataupun distributor lainnya, diberi nilai 2. Sedangkan PT. Sawitech hanya melayani pelanggan di sekitar Padang dan mengandalkan relasi yang telah dimiliki maka diberi nilai 2

4. Daya saing harga

Dari faktor daya saing harga, Sumber Jaya dan PT. Sawitech memberikan harga yang cukup mahal sehingga hanya kalangan atas saja yang dapat membeli produknya, sehingga diberi nilai 3. Sedangkan *White Bird Nest* diberikan nilai 4 karena harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan eksportir lainnya. Untuk harga produk Bp Soni tergolong cukup terjangkau dan harga tetap maka diberi nilai 3.

5. Varian bentuk

Dari faktor varian bentuk, Sumber Jaya lebih unggul karena pilihan bentuk yang diberikan lebih banyak dibandingkan *White Bird Nest*, sehingga diberi nilai 4, sedangkan *White Bird Nest* hanya diberi nilai 3 karena varian bentuk yang masih terbatas. Begitu juga dengan PT. Sawitech dan Bp Soni hanya menawarkan dua varian jenis sarang burung, maka diberi nilai 1.

6. Fasilitas

Dari faktor fasilitas, Sumber Jaya dan PT. Sawitech diberi nilai 4 karena fasilitas yang disediakan sangat teratur, rapi dan juga memadai sedangkan *White Bird Nest* juga diberikan nilai 3 karena fasilitas yang ada diharapkan telah

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.



memadai. Bp. Soni memiliki fasilitas yang cukup terbatas dan hanya sedikit oleh

③ karena itu diberi nilai 2

7. Strategi pemasaran

Dari faktor strategi pemasaran, Sumber Jaya diberi nilai 4 karena produk mereka telah lama ada di pasaran dan telah banyak memiliki pelanggan. Mereka memberikan promosi ongkos kirim gratis ke seluruh Indonesia, sedangkan *White Bird Nest* diberikan nilai 2 karena ini merupakan usaha baru sehingga belum dikenal oleh masyarakat. PT. Sawitech telah lama berdiri dan memiliki banyak pelanggan oleh karena itu diberi nilai 3. Sedangkan Bp. Soni tidak melakukan pemasaran untuk produknya karena telah memiliki tempat tetap yang akan menjual produknya, maka diberi nilai 2.

Tabel 3.1
Competitive Profile Matrix White Bird Nest

Faktor Kunci Keberhasilan	Bobot	White Bird Nest		Bapak Soni		Sumber Jaya		PT. Sawitech	
		Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot
Kualitas produk	0,3	3	0,9	3	0,9	3	0,9	3	0,9
Lokasi	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3	2	0,2
Pelayanan	0,05	4	0,2	2	0,1	4	0,2	2	0,1
Daya saing harga	0,2	4	0,8	3	0,6	3	0,6	3	0,6
Varian bentuk	0,2	3	0,6	1	0,2	4	0,8	1	0,2
Fasilitas	0,05	3	0,15	2	0,1	4	0,2	4	0,2
Strategi pemasaran	0,1	2	0,2	2	0,2	4	0,4	3	0,3
TOTAL	1,00		3,15		2,4		3,4		2,5

Sumber : *White Bird Nest*

Keterangan Tabel 3.1:

1. Bobot yang memiliki angka tertinggi merupakan faktor yang paling penting yang menunjang keberhasilan perusahaan, jika ada bobot yang sama berarti dianggap sama pentingnya.
2. Total dari bobot yang diberikan secara keseluruhan harus berjumlah 1.

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.



ini akan membawa implikasi pada kedua belah pihak. Indonesia dituntut agar siap untuk menghadapi persaingan dan perdagangan bebas tersebut dengan semakin kaburnya batas wilayah antar negara serta hambatan perdagangan antara negara yang berpartisipasi seperti tarif akan ditiadakan. Dengan adanya perjanjian ini tidak menutup kemungkinan masuknya perusahaan-perusahaan dari China, khususnya perusahaan minuman yang menawarkan harga lebih murah dan produk yang berkualitas. Selain itu juga membuka peluang terbukanya pasar ekspor ke negara China dengan kerjasama dengan pihak perusahaan China.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Ekonomi

Keadaan ekonomi dalam suatu negara pada masa sekarang dan masa yang akan datang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Apabila keadaan perekonomian suatu negara sedang baik, maka konsumen akan cenderung meningkatkan jumlah konsumsinya, sehingga jumlah permintaan terhadap suatu produk akan meningkat. Begitu pula sebaliknya, jika keadaan perekonomian suatu negara sedang lesu, maka konsumen cenderung akan mengurangi jumlah konsumsinya, sehingga jumlah permintaan terhadap suatu produk juga akan menurun. Ketidakstabilan ekonomi juga akan meningkatkan inflasi yang akan berdampak pada meningkatnya harga barang, termasuk harga bahan baku untuk produksi sehingga akan meningkatkan biaya produksi dan akan berdampak pada kenaikan harga produk.

3. Sosial

Faktor-faktor sosial dapat dipengaruhi oleh penilaian dari sikap konsumen dan karyawan yang mempengaruhi strategi. Waktu menjadi sangat berharga bagi mereka yang memiliki aktivitas yang padat. Konsumen akan memperhatikan

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.



faktor kecepatan pelayanan dalam memperoleh suatu produk. Oleh karena itu, layanan *online (website)* menjadi tren yang diminati oleh masyarakat Indonesia dan luar negeri karena kecepatan waktu yang ditawarkan.

4. Teknologi

Perkembangan *Information Communication Technology (ICT)* yang pesat menyebabkan pelaku-pelaku bisnis semakin memanfaatkan teknologi tersebut untuk mendukung aktivitas bisnisnya. Contohnya seperti di bidang pemasaran, ICT dimanfaatkan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa melalui website, social media, forum dan lain sebagainya. ICT juga berguna untuk memperoleh informasi atau berita yang terjadi di masyarakat, baik nasional maupun internasional. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus mampu memanfaatkan serta melakukan pengembangan teknologi agar mampu bertahan dan tidak kalah dalam persaingan.

5. Lingkungan

Faktor lingkungan mengacu pada bagaimana kondisi lingkungan yang berada di sekitar lokasi perusahaan yang nantinya berpengaruh terhadap berbagai strategi yang akan dilakukan dalam mencapai pangsa pasar dari masyarakat yang berada pada sekitar lingkungan tersebut. Lingkungan menjadi sebuah faktor yang penting karena berpengaruh terhadap pangsa pasar dari suatu perusahaan secara langsung. Lingkungan yang bersih dan bebas dari polusi. Tentunya agar konsumen merasa nyaman dan tertarik untuk membeli produk lagi.

6. Legalitas

Undang-undang tentang perlindungan konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen Republik Indonesia yang menjelaskan bahwa

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 konsumen diantaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa, hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau pengganti, apabila barang dan atau jasa diterima tidak sebagaimana mestinya; dan sebagainya. Atas undang-undang tersebut, maka jika *White Bird Nest* tidak menaati peraturan perlindungan konsumen, maka akan dikenakan sanksi sesuai dengan hukum yang berlaku. Oleh karena itu, *White Bird Nest* harus senantiasa menjaga mutu dan kualitas produk agar aman untuk dikonsumsi.

Peraturan Pemerintah tentang upah buruh, dimana berdasarkan informasi Upah Minimum Regional (UMR) yang telah dikeluarkan oleh masing-masing regional atau kabupaten yang bersangkutan pada tahun 2016, maka *White Bird Nest* yang berada di Kota Padang memiliki Upah Minimum Regional (UMR) yaitu sebesar Rp.1.900.725.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

H. Analisis SWOT

Kotler dan Keller (2012: 77) mengungkapkan:

“The overall evaluation of a company’s strengths, weaknesses, opportunities, and threats is called SWOT Analysis. It’s a way of monitoring the external and internal marketing environment.”

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.

Berikut adalah analisis SWOT yang dimiliki oleh *White Bird Nest*:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. *Strengths*

- a. Memberikan layanan pemesanan produk secara online
- b. Memiliki kualitas produk yang baik.
- c. Fasilitas yang tersedia telah memadai
- d. Harga yang ditawarkan terjangkau dan reasonable.

2. *Weaknesses*

- a. Strategi pemasaran yang masih tradisional.
- b. Varian bentuk sarang burung walet yang ditawarkan masih terbatas.
- c. Lokasi tidak padat penduduk

3. *Opportunities*

- a. Meningkatnya tingkat konsumsi sarang burung walet jadi dari tahun ke tahun.
- b. Harga jual sarang burung walet yang meningkat dari tahun ke tahun.
- c. Diminati oleh konsumen dari luar negeri.
- d. Lingkungan yang bersih dan bebas dari polusi.
- e. Teknologi yang berkembang pesat

4. *Threats*

- a. Adanya isu tentang bahaya mengkonsumsi sarang burung walet.
- b. Adanya ancaman dari pesaing-pesaing yang sudah lama berkecimpung dalam usaha ini.
- c. Ancaman dari pemain baru yang muncul.
- d. Ancaman dari produk pengganti yang tinggi.
- e. Ketidakstabilan ekonomi

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.



Tabel 3.2
Rencana SWOT Analysis White Bird Nest

	<i>Strengths</i>		<i>Weaknesses</i>	
	1	Memberikan layanan pemesanan produk secara online	1	Strategi pemasaran yang masih tradisional
2	Memiliki kualitas produk yang baik.	2	Lokasi tidak padat penduduk	
3	Fasilitas yang tersedia telah memadai	3	Varian bentuk sarang burung walet yang ditawarkan masih terbatas.	
4	Harga yang ditawarkan terjangkau dan reasonable.			
	<i>SO Strategies</i>		<i>WO Strategies</i>	
1	Membuat website online untuk mempermudah customer potensial untuk melihat dan membeli produk (S1,S2,O3,O5)	1	Membuat iklan di media social untuk menarik pelanggan lebih luas (W1,W2,O3,O5)	
2	Memberikan promosi potongan harga sebesar 10% untuk pembeli baru jika melakukan pemesanan lewat website (S1,S4,O1,O2,O5)	2	Membangun hubungan yang baik dengan calon pelanggan (W1,O3)	
3	Melakukan maintenance secara berkala/rutin (S3,O5)	3	Mengontrol jumlah sarang yang akan dipanen per bulan nya (W3,O1,O4)	
4	Menggunakan peralatan yang hemat energi (S3,O4)			
	<i>ST Strategies</i>		<i>WT Strategies</i>	
1	Harga yang diberikan dapat berubah sesuai dengan perkembangan ekonomi di Indonesia (S4,T5)	1	Membangun hubungan yang baik dengan calon pelanggan (W1,W2,T2,T3)	
2	Mencantumkan manfaat-manfaat yang akan didapat ketika mengonsumsi sarang burung walet di website (S1,S2,T1,T4)	2	Menawarkan lebih banyak variasi jenis dan harga sarang burung yang dijual. (W3,T2,T3,T5)	
		3	Memberikan informasi lengkap tentang keuntungan dari mengonsumsi sarang walet (W1,T1,T4)	
5	Ketidakstabilan ekonomi			

Sumber : White Bird Nest



Adapun strategi SWOT dari **Tabel 3.2** adalah :

1. Strategi SO

- a. Membuat website online untuk mempermudah customer potensial untuk melihat dan membeli produk (S1,S2,O3,O5)
- b. Memberikan promosi potongan harga sebesar 10% untuk pembeli baru jika melakukan pemesanan lewat website (S1,S4,O1,O2,O5)
- c. Melakukan maintenance secara berkala/rutin (S3,O5)
- d. Menggunakan peralatan yang hemat energi (S3,O4)

2. Strategi ST

- a. Harga yang diberikan dapat berubah sesuai dengan perkembangan ekonomi di Indonesia (S4,T5)
- b. Mencantumkan manfaat-manfaat yang akan didapat ketika mengonsumsi sarang burung walet di website (S1,S2,T1,T4)

3. Strategi WO

- a. Membuat iklan di media social untuk menarik pelanggan lebih luas (W1,W2,O3,O5)
- b. Membangun hubungan yang baik dengan calon pelanggan (W1,O3)
- c. Mengontrol jumlah sarang yang akan dipanen per bulannya (W3,O1,O4)

4. Strategi WT

- a. Membangun hubungan yang baik dengan calon pelanggan (W1,W2,T2,T3)
- b. Menawarkan lebih banyak variasi jenis dan harga sarang burung yang dijual. (W3,T2,T3,T5)
- c. Memberikan informasi lengkap tentang keuntungan dari mengonsumsi sarang walet (W1,T1,T4)

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