

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Analisis industri dan pesaing diperlukan untuk mengetahui potensi-potensi besar yang di miliki, memiliki pengetahuan akan tren pasar, dan mengenali kendala-kendala yang akan dihadapi. Pengusaha harus melakukan analisis industri yang akan fokus pada tren industri tertentu karena itu dengan melakukan analisa industri pengusaha dapat meminimaliskan kendala dan risiko yang akan muncul dengan mempersiapkan diri untuk menghadapi hal yang terburuk sekalipun.

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Florist adalah sebuah tren yang sedang berkembang di era ini. Banyak pemuda sampai orang dewasa yang menjadikan bunga sebagai salah satu bentuk kasih sayang yang diberikan untuk orang yang dikasihinya. Berkembangnya jenis, bentuk dan warna merupakan salah satu inovasi yang membuat masyarakat akan selalu tertarik dan tidak jenuh dengan produk bunga yang ditawarkan.

Di sisi lain bunga sudah menjadi sebuah simbol yang memberikan nilai romantisme. Permintaan terhadap bunga akan selalu ada setiap harinya karena setiap hari pasti ada orang yang berulang tahun dan menikah, namun akan jauh lebih besar pada saat musim tertentu seperti *valentine's day*, *graduation's day*, *mother's day* dan masih banyak *moment special* lainnya. Permintaan terhadap bunga yang saat ini bisa dilihat adalah banyaknya pertumbuhan bisnis yang mengikuti menjual bunga dan pemasaran yang dilakukan di sosial media sangat menyebar secara luas.

Salah satu contoh yang paling tren dan dicari saat ini adalah bunga buket yang memiliki nilai yang terkesan *elegant* dan *high class* dimana bunga yang diproduksi



tidak dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Harga yang dipasarkan tentunya tidak murah, dengan ditambah biaya *packaging* dan *delivery*. Bunga yang lebih banyak permintaannya adalah bunga asli. Namun bunga asli tidak dapat terkena sinar matahari, dikarenakan akan rusak dan penjual bunga harus memberikan *packaging* yang tepat untuk menjamin bunga dapat sampai ke tempat tujuan supaya tetap segar dan konsumen yang menerimanya akan puas dengan hasil jasa dari penjual bunga tersebut. Tren yang diminati konsumen sekarang ini diantaranya adalah bunga buket dan bunga *box*. Tren pasar ini cukup berkembang di Indonesia, terutama di ibukota yang sibuk ini, dimana masyarakat di ibukota tidak punya banyak waktu untuk mencari hadiah yang tepat. Pilihan memberikan bunga sebagai hadiah adalah salah satu tren yang sedang memuncak dan jasa *delivery* yang cepat sampai ke tempat tujuan sangat cocok untuk masyarakat perkotaan.

Kesempatan ini membuat penulis ingin ikut meningkatkan antusiasme masyarakat dalam memudahkan pencarian hadiah *handmade* dengan sesuatu yang unik dan *special* untuk orang yang dikasihinya. *KeiPaw Florist* menawarkan bunga yang berkualitas yang terbuat dari bahan tisu kertas tebal yang bermutu dengan berbagai bentuk karakter yang beragam.

B. Analisis Pesaing Sejati/Langsung

Analisis pesaing adalah proses mengenali dan menilai pesaing utama, menilai tujuan, Strategi kekuatan dan kelemahan mereka, serta pola reaksinya, dan memilih pesaing mana yang akan diserang atau dihindari. Analisis pesaing juga adalah usaha mengidentifikasi ancaman, kesempatan atau permasalahan strategis yang terjadi akibat perubahan persaingan potensial serta kekuatan dan kelemahan pesaing.

Berikut daftar pesaing *KeiPawFlorist* :

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.



1. *Bloom.bouquet*

Ⓒ Jenis Produk : *Doll and Paper Flowers*

Produk Unggulan : *Paper Flowers*

Segmentasi harga : *Middle High*

Jumlah Outlet : 1

Tipe toko : Outlet dan Online Store

Alamat Website : -

Kontak : bloombouquet (Line)

2. *Paperflo.inc*

Jenis Produk : *Paper Flowers*

Produk Unggulan : *Paper Flowers*

Segmentasi harga : *Middle High*

Jumlah Outlet : 1

Tipe toko : Online Store

Alamat Website : <http://paperfloinc.blogspot.co.id/>

Kontak : 0821 8372 1655

C. Analisis PESTEL

Analisis lingkungan bisnis yang mencakup analisis Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan dan Legalitas. Hal-hal ini harus diketahui oleh seorang pebisnis karena PESTEL memiliki pengaruh yang besar terhadap proses bisnis yang akan kita bangun. Dengan menggunakan analisis PESTEL, pelaku bisnis akan dibantu untuk memahami gambaran menyeluruh mengenai lingkungan bisnis, dengan pandangan menyeluruh ini, pelaku bisnis dapat mendeteksi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), kesempatan (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*). [SWOT]

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



dari usaha yang dimiliki.

1. **Politic (Politik)**

Dalam dunia bisnis, resiko politik sangat erat hubungannya dengan proses bisnis yang dilakukan karena kebijakan – kebijakan setiap negara mempengaruhi alur jalannya sebuah bisnis secara langsung maupun tidak langsung, contoh Indonesia yang sekarang sangat mendukung produksi dalam negeri dan memperketat masuknya produk luar negeri ke Indonesia yang menyebabkan pajak yang cukup besar untuk produk luar yang masuk dan otomatis harga di pasaran melambung tinggi. Sebagai pelaku bisnis yang memakai bahan dasar dari negara lokal, *KeiPaw Florist* tidak perlu khawatir mengenai kebijakan pemerintah Indonesia akan perubahan harga bahan baku yang dapat berubah sewaktu-waktu, karena dapat dipastikan perubahan harga tidak akan meningkat terlalu tinggi. Namun *KeiPaw Florist* harus selalu *Up to Date* mengenai perubahan harga dan kebijakan pemerintah Indonesia.

2. **Economy (Ekonomi)**

Tingkat pendapatan rata-rata suatu negara sangat mempengaruhi bisnis karena berhubungan dengan kemampuan daya beli masyarakat Indonesia semakin tinggi pendapatan rata-ratanya maka tingkat daya belinya juga akan meningkat dan juga sebaliknya. Hal ini tidak dapat diprediksi maka *KeiPaw Florist* harus bisa menyesuaikan harga produknya dengan pendapatan masyarakat Indonesia, selain itu masalah perekonomian yang harus juga diperhatikan adalah seperti inflasi, krisis moneter dsb.

3. **Social (Sosial)**

Kehidupan sosial masyarakat di Indonesia akan terus berubah dari tahun ke tahun sesuai dengan perubahan zaman dan juga berkembangnya teknologi dunia. Hal ini

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



terhadap segala hal. Budaya dan tradisi sudah banyak yang menghilang karena sudah dianggap kuno, digantikan dengan norma kehidupan yang lebih modern dan lebih bebas. Kebudayaan Indonesia juga sangat dipengaruhi oleh budaya luar, dan lebih memilih budaya instan, contohnya dalam hal memberikan hadiah untuk orang lain yang dikasihi, mereka memilih untuk membeli barang yang unik dan special seperti buatan tangan atau biasanya disebut “*order by request*”. Hadiah yang diberikan tidak mudah ditemukan di mal dan toko lainnya atau dengan kata lain “tidak pasaran”. Melalui kesempatan ini, *KeiPaw Florist* yang merupakan produk yang praktis sangat cocok untuk kondisi sosial dan budaya Indonesia saat ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Technology (Teknologi)

Berkembangnya teknologi dalam kehidupan masyarakat saat ini sangatlah besar dan cepat. *Gadget* merupakan salah satu contoh teknologi yang digunakan oleh hampir semua orang untuk berkomunikasi, browsing maupun sebagai alat bantu dalam melakukan pekerjaan kantor, tugas kuliah hingga pekerjaan rumah. *Gadget* sudah menjadi sebuah kebutuhan pokok masyarakat dalam beraktifitas. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh teknologi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat melalui kesempatan ini sangat baik untuk *KeiPaw Florist* yang mempromosikan produknya di berbagai sosial media seperti Instagram, Facebook dan Line untuk mendapatkan perhatian konsumen dan juga berjualan melalui *online*.

5. Legal (Hukum)

Hukum atau kebijakan negara adalah sesuatu yang harus ditaati oleh seluruh

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.



pebisnis dimanapun itu. Setiap proses bisnis yang dijalankan harus memperhatikan kebijakan yang sudah ada, karena bila melanggar akan mendapatkan sanksi atau hukuman legal dari negara, contoh untuk bunga yang dijual bila menggunakan bahan kimia berbahaya seperti pewangi buatan untuk mengharumkan bunga yang dijual akan membahayakan konsumen, maka pebisnis dapat di ganjar dengan hukuman pidana ataupun perdata.

6 Environment (Lingkungan)

Lingkungan bila dilihat dalam lingkup yang lebih kecil, yaitu sebagai pebisnis sudah menjadi tanggung jawab untuk menciptakan tempat produksi yang konsisten dalam kebersihannya juga untuk *service* terhadap konsumen, selain bentuk produk yang unik dan berkualitas *KeiPaw Florist* juga tidak lupa untuk membuat kemasan yang ramah lingkungan dan juga dapat di daur ulang.

D. Porter Five Forces Analysis

Ramalan industri bertujuan untuk memperkirakan jumlah permintaan di masa yang akan datang, hal tersebut dilakukan dengan mengantisipasi perubahan permintaan di masa depan. Dengan ramalan yang diperkirakan dengan matang dan data-data yang lengkap dan akurat maka hasil ramalan yang mendekati ketepatan dengan kondisi masa depan akan membuat pengusaha menguasai pasar dengan lebih mudah dan percaya diri untuk melihat kedepan.

Terdapat alat yang digunakan untuk menganalisis daya tarik industri yaitu model lima kekuatan Porter yang berisikan tentang analisis kompetitif yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi di dalam kebanyakan industri. Analisis yang dilakukan akan menghasilkan ancaman atau peluang yang akan dihadapi sebuah bisnis di masa depan.

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



Berikut gambar Model Lima Kekuatan Porter:



Sumber: <http://www.businessstudynotes.com/hrm/porter-five-forces-model-for-strategy-formulation-and-implementation/> (diakses pada 10 Mei 2017)

1. Daya tawar dari para pembeli

Pembeli dengan kekuatannya akan terus menawar hingga mendapatkan sesuai dengan harga yang diinginkannya. Sebagai pebisnis yang peka, *KeiPaw Florist* menawarkan produk berkualitas dengan bentuk dan karakter yang unik juga dengan pelayanan yang terbaik dengan harga produk yang terjangkau. Hal ini bisa menarik perhatian konsumen untuk menjadi pembeli yang setia atau loyal dan apabila konsumen sudah cocok dengan produk yang ditawarkan, maka akan lebih sedikit proses tawar menawar karena konsumen sudah nyaman dengan produk dan harga yang diberikan.

2. Daya tawar dari pemasok

Semakin banyak pemasok yang menjual produk atau jasa yang sama, semakin besar kesempatan kita untuk menawar tetapi sebaliknya bila pemasok yang menjual produk atau jasa yang sama hanya sedikit maka lebih kecil kesempatan kita untuk melakukan tawar-menawar. Banyak toko buku yang menjual bahan baku tisu kertas, namun hanya beberapa toko saja yang menjual bahan baku

© 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.



seperti yang digunakan oleh *KeiPaw Florist* yakni yang tebal dan tidak mudah robek. *KeiPaw Florist* memilih distributor bahan baku pada salah satu agen yang terdapat di kawasan Kelapa Gading karena selain harganya yang murah, lokasi penulis dengan pemasok sangat dekat sehingga meminimalisir biaya transportasi. Distributor yang tepat dan terpercaya adalah salah satu faktor yang penting bagi *KeiPaw Florist*, dikarenakan banyaknya warna bahan baku yang dibutuhkan oleh *KeiPaw Florist*, seperti tisu kertas, pita dan kain flanel. *KeiPaw Florist* dapat memesan terlebih dahulu untuk stok warna dan jumlah yang dibutuhkan dalam kurun waktu yang telah disepakati. *KeiPaw Florist* tidak sembarangan memilih distributor karena produk yang dipasarkan *KeiPaw Florist* memiliki bentuk karakter yang beraneka ragam sesuai dengan permintaan konsumen, maka kualitas produk dan warna yang tepat harus disesuaikan dengan apa yang diinginkan konsumen.

3. Ancaman dari pesaing baru yang memasuki industri yang sama

Pesaing baru merupakan ancaman yang harus di waspadai oleh pesaing lama karena pesaing baru biarpun mereka belum memiliki pelanggan setia tetapi dengan inovasi dan kreatifitas mereka bisa mengalahkan pebisnis yang sudah lama ada. Mengetahui bahwa masuk ke industri yang penuh dengan persaingan dan hambatan ini namun masih banyak yang ingin mendirikan usaha dalam Industri ini. *KeiPaw Florist* membangun bisnis dengan tujuan agar bisnis ini menjadi bisnis yang dapat berjalan dalam jangka waktu yang panjang dan bisa dikenal lama oleh masyarakat Indonesia. Cara *KeiPaw Florist* untuk dapat menarik perhatian salah satunya adalah dengan promosi-promosi yang diikuti setiap bulannya pada mal besar di kota Jakarta dan beberapa kota besar lainnya dengan

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.



mengikuti *stand bazar* dan juga memberikan *give away* yang diumumkan pada

semua account sosial media *KeiPaw Florist*. *Give away* yang diadakan oleh pihak *KeiPaw Florist* bertujuan untuk “*follow*”, “*share*” dan menarik konsumen sehingga semakin luas pasar yang dimiliki *KeiPaw Florist*, selanjutnya pihak *KeiPaw Florist* akan memberikan hadiah yang sesuai dengan penawaran yang berlaku.

4. Ancaman dari produk substitusi (pengganti)

Barang pengganti bisa menjadi ancaman bisnis bila produk pengganti memiliki peluang atau kesempatan besar untuk menggantikan produk inti. Pada bisnis *KeiPaw Florist* ini, sangat mudah untuk digantikan karena bunga kertas bukanlah sesuatu yang susah untuk diproduksi dan mudah di dapatkan di berbagai sosial media dan harganya juga yang tergolong murah sesuai dengan kualitas dan bentuk yang disediakan. Konsep yang dimiliki oleh *KeiPaw Florist* tergolong berbeda dengan pebisnis lainnya tetapi di mata pelanggan bunga adalah sebuah hadiah pada saat moment tertentu saja yang ditujukan kepada orang yang dikasihi.

Sekalipun ancaman untuk *KeiPaw Florist* tergolong cukup tinggi, seperti barang substitusi yang menjadi ancaman diantaranya adalah bunga segar yang menarik dan terkesan elegant, selain itu terdapat *explosive box handmade* disertai dengan foto-foto yang dilengkapi sebuah atau beberapa pesan yang menarik dengan bentuk yang unik. Barang substitusi yang menjadi ancaman untuk *KeiPaw Florist* tidak membuat keyakinan penulis menurun, akan tetapi *KeiPaw Florist* tetap akan melakukan inovasi dan perubahan yang memperbanyak variasi campuran karakter pada rangkaian dan yang terpenting adalah mengembangkan konsep *KeiPaw Florist* mengenai pola pikir masyarakat yang memberikan bunga karakter dengan

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.



bahan tisu kertas ini sebagai hadiah yang dapat disimpan dalam waktu yang lama dan dampak yang dihasilkan lebih besar daripada hadiah lainnya. Selain itu biaya yang dikeluarkan juga lebih kecil dibandingkan dengan bunga asli pada umumnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Persaingan antar perusahaan yang bersaing dalam industri yang sama

Faktor yang paling menantang dibandingkan empat faktor sebelumnya adalah ketika sebuah perusahaan harus bersaing dengan perusahaan atau industri lain dengan produk atau jasa yang sama dalam pasar. Pada hal ini *KeiPaw Florist* akan terus mengembangkan variasi bentuk karakter yang berbeda dari pesaing. Diferensiasi pada produk itu sangat penting begitu pula dengan pelayanan yang baik dan rasa nyaman yang didapatkan pelanggan ketika berbelanja dan juga ketika menerima produk *KeiPaw Florist*, hal ini bisa menjadi salah satu kunci kesuksesan dalam menjalankan sebuah bisnis yang belum banyak pesaingnya dengan produk dan jasa yang sama.

E. Analisis Posisi dalam Persaingan

Sebuah produk pasti akan mengalami siklus produk dari *Introduction* atau perkenalan lalu masuk pada tahap *Growth* atau pertumbuhan kemudian masuk pada siklus *mature* dan terakhir akan menurun atau *decline*. Berikut gambaran dari siklus produk:

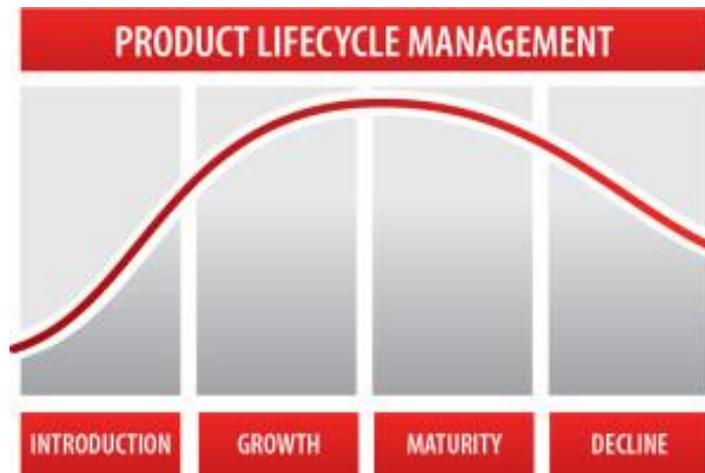
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Gambar 3.1

Product Life Cycle



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sumber: <http://www.businessstudynotes.com/marketing/explain-the-stages-product-life-cycle/> (diakses pada 10 Mei 2017)

Berdasarkan gambar 3.1 diatas, maka dapat di jelaskan bahwa pada *KeiPaw Florist* juga akan mengalami *life cycle* yang sama yaitu mulai dari siklus *introduction* hingga mencapai siklus *decline*, tetapi *KeiPaw Florist* bisa mengubah jalannya siklus tersebut apabila *KeiPaw Florist* rajin untuk mengembangkan inovasi – inovasi baru dan cara promosi yang bisa menarik kembali perhatian konsumen.

Menurut Heizer dan Render (2014:194) “ *Product are born. They live and they die. They are cast aside by a changing society. It may be helpful to think of a product’s life as divided into four places. Those phases are introduction, growth, maturity, and decline* “ (produk dilahirkan, mereka hidup dan mati. Produk dibuang oleh perubahan dalam masyarakat. Siklus ini dibagi menjadi empat tahap yaitu perkenalan, tumbuh, dewasa, dan menurun.)

Pada tahap pertama *KeiPaw Florist* akan fokus pada promosi dengan berbagai cara mulai dari sosial media, *stand bazaar* dan instagram kontes (*give away*). Cara-cara tersebut dilakukan sebagai upaya *KeiPaw Florist* dapat dikenal oleh masyarakat sekitar khususnya Jakarta Utara. Promosi yang dilakukan *KeiPaw Florist* akan

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.



menitik beratkan pada bentuk karakter yang unik dan bahan tisu kertas yang dapat disimpan dalam waktu yang lama, karena pada umumnya bunga kertas yang dipasarkan oleh *florist* lain tidak berkarakter dan hanya berbentuk seperti umumnya sebuah bunga buket. *KeiPaw Florist* akan fokus pada penjualannya yang direncanakan berlokasi di stand Mal Kelapa Gading, stand Mal Grand Indonesia dan Pantai Indah Kapuk, selain itu dapat dilakukan pemesanan secara *online* untuk mempermudah konsumen mendapatkan bunga yang diinginkan dan juga bunga yang dipesan dapat diantar secara langsung ke tempat orang yang dikasihinya.

Analisis *Competitive Profile Matrix*

Competitive Profile Matrix adalah alat manajemen strategis penting untuk membandingkan perusahaan dengan pemain utama industri. Menurut David dan David (2015:245) “ *The Competitive Profile Matrix identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weakness in relation to a sample firm’s strategic position* “. (Profil Kompetitif Matrix mengidentifikasi pesaing perusahaan dan kekuatan serta kelemahannya yang berkaitan dengan posisi strategis perusahaan.)

Profil Kompetitif Matrik menunjukkan kepada pebisnis mengenai titik kuat dan titik lemah mereka terhadap pesaingnya. Nilai CPM diukur atas dasar faktor penentu keberhasilan, setiap faktor diukur dalam skala yang sama berarti berat tetap sama untuk setiap perusahaan hanya *rating*-nya yang bervariasi.

Hal positif tentang CPM adalah itu termasuk perusahaan yang dimiliki penulis dan juga pesaing lain untuk memudahkan analisis komparatif. Dalam CPM, analisis dilakukan secara keseluruhan, baik itu faktor eksternal maupun faktor internal. Hal ini berbeda dengan penilaian kondisi internal dan eksternal perusahaan melalui *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE) yang dimana hanya masing-masing faktor internal dan eksternal saja.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Instansi 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. *Critical Success Factors*

Ⓒ Faktor ini menjadikan penentu keberhasilan yang diambil setelah analisis mendalam dari lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Jelas di setiap perusahaan ada beberapa keuntungan dan beberapa kerugian bagi perusahaan dalam lingkungan eksternal maupun internal. Jika *rating*nya tinggi menunjukkan bahwa strategi perusahaan telah dilakukan dengan baik dan *rating* yang lebih rendah menunjukkan strategi perusahaan yang dijalankan kurang cukup untuk mendukung faktor penentu keberhasilan tersebut.

2. *Rating (peringkat)*

Peringkat dalam *Competitive Profile Matrix* memperlihatkan respon perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan sebuah usaha. Semakin tinggi *rating* yang didapat memperlihatkan respon yang baik dari perusahaan terhadap *Critical Success Factors*, dan juga sebaliknya bila *rating* rendah menunjukkan respon yang kurang baik. Peringkat dengan kisaran antara 1,0 - 4,0 dan dapat diterapkan untuk berbagai faktor.

Ada beberapa poin penting terkait dengan rating di CPM:

- Peringkat diterapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan.
- Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan.
- Tanggapan rata - rata diwakili oleh angka 2,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.
- Tanggapan diatas rata-rata diwakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan.
- Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh 4.0

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. *Weight (Bobot)*

Ⓒ Atribut bobot di CPM menunjukkan kepentingan relatif dari faktor kesuksesan di dalam industri perusahaan. Berat berkisar dari 0,0 (yang berarti tidak penting) dan 1,0 (berarti penting), jumlah semua berat yang dihitung atau total dari seluruh faktor yang ada harus sama dengan 1,0 jika total perhitungan bukanlah 1,0 berarti ada kesalahan dalam meletakkan bobot di salah satu atau beberapa faktor yang ada yang harus diperbaiki.

4. *Total Weighted Score*

Jumlah dari semua nilai sama dengan total skor tertimbang, nilai akhir dari total skor tertimbang harus antara rentang 1,0 (rendah) ke 4.0 (tinggi). Nilai rata-rata tertimbang untuk CPM matriks adalah 2,5 dimana setiap perusahaan dengan total skor di bawah 2,5 dianggap lemah., sedangkan bila total skor tertimbang yang lebih tinggi dari 2.5 ini akan dianggap sebagai perusahaan yang kuat. Perbandingan perusahaan dari total CPM adalah perusahaan dengan nilai total skor tertimbang yang paling tinggi dianggap sebagai pemenang di antara para pesaingnya yang ada.

Di bawah ini penulis akan membuat tabel menjelaskan lebih *detail* lagi mengenai *Competitive Profile Matrix* dimana *KeiPaw Florist* dibandingkan dengan para pesaing lainnya, yaitu sebagai 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.1

Tabel *Competitive Profile Matrix*

Critical Success Factor	Bobot	KeiPaw Florist		Bloom.bouquet		Paperflo.inc	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
<i>Promotions</i>	0.21	3	0,63	3	0,63	3	0,63
<i>Price</i>	0.19	3	0,57	2	0,38	3	0,57
<i>Product</i>	0.20	4	0,80	4	0,80	2	0,40
<i>Service</i>	0.13	3	0,39	3	0,39	3	0,39
<i>Location</i>	0.17	3	0,51	3	0,51	2	0,34
<i>Payment</i>	0.10	2	0,20	2	0,20	2	0,20
TOTAL	1.00	3,1		2,91		2,53	

Sumber: *KeiPaw Florist*

Keterangan:

- a. Bobot yang bernilai paling tinggi merupakan faktor yang terpenting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.
- b. Total dari bobot secara keseluruhan adalah 1 (satu).
- c. Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yaitu:
4 = *major strength*, 3 = *minor strength*, 2 = *minor weakness*, 1 = *major weakness*
- d. Total pada masing-masing perusahaan merupakan hasil dari perkalian peringkat dengan nilai (peringkat x nilai).

Berdasarkan pada tabel 3.1 diatas dapat dilihat bahwa *KeiPaw Florist* mempunyai nilai yang hampir sama dengan pesaing terkuatnya yaitu *Bloom.bouquet*. Untuk *Paperflo.inc* bila dibandingkan dengan dua pesaing lainnya, mempunyai nilai yang paling rendah tetapi nilai yang rendah tidak bisa menentukan secara keseluruhan bahwa perusahaan tersebut lebih buruk dibandingkan dengan pesaingnya. Angka – angka tersebut hanya menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki setiap perusahaan dan juga menggambarkan bahwa setiap perusahaan



mempunyai kekuatan dan kelemahan di bidang yang berbeda – beda.

G. Analisis SWOT

Menurut David dan David (2015:256) “ *Strategy analysis and the choice seek to determine alternative courses of action that could best enable the firm to achieve its mission and objectives* “. (Sebuah analisis strategi dan pilihan untuk menentukan program alternatif yang terbaik yang memungkinkan perusahaan mencapai misi dan tujuannya.)

Tujuan sebuah perusahaan menggunakan analisis SWOT adalah untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi saat ini, tetapi analisis SWOT tidak bisa menjadi alat untuk memberikan jalan keluar terhadap masalah yang sedang dihadapi.

SWOT adalah singkatan dari:

S = *Strength* (kekuatan).

W = *Weakness* (kelemahan).

O = *Opportunities* (Peluang).

T = *Threats* (hambatan).

Penjelasan mengenai komponen analisis SWOT:

1. *Strength* (S) yaitu analisis kekuatan, sebuah kondisi kekuatan yang dimiliki perusahaan saat ini. Perusahaan harus dapat menganalisis dimana faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan bila dibanding dengan pesaingnya. Contohnya bila suatu perusahaan unggul dalam teknologinya, maka perusahaan tersebut dapat memanfaatkan teknologi tersebut untuk mengisi segmen pasar yang baru.

2. *Weakness* (W) yaitu analisis kelemahan, yang merupakan kelemahan yang dimiliki perusahaan saat ini. Kelemahan merupakan suatu kendala yang serius bagi kemajuan sebuah perusahaan.



3. *Opportunities* (P) yang merupakan analisis peluang, kondisi dimana sebuah perusahaan memiliki peluang untuk berkembang di masa depan. Peluang ini bisa

datang kapan saja dan bila perusahaan cepat dalam menanggapi peluang tersebut maka akan menjadi sebuah peningkatan besar dalam proses bisnis tersebut.

4. *Threats* (T) yaitu analisis terhadap ancaman, ancaman adalah sesuatu yang sifatnya negatif yang harus dihadapi perusahaan selama proses bisnis. Ancaman yang dihadapi sebuah perusahaan bisa menyebabkan kerugian di berbagai aspek. Ancaman adalah sesuatu yang harus segera ditemukan solusinya karena bila terlalu lama maka kerugian yang akan dirasakan sebuah perusahaan akan makin berbelit – belit.

Menurut David dan David (2015:259) “ *SWOT Matrix is an important matching tool that helps managers develop four types of strategies: SO (strengths-opportunities) strategies, WO (weakness-opportunities) strategies, ST (strengths-threats) strategies, and WT (weakness-threats) strategies* “. (SWOT Matrix adalah alat pencocokan yang penting untuk membantu manajer dalam mengembangkan empat jenis strategis: strategi SO (*strengths-opportunities*), strategi WO (*weakness-opportunities*), strategi ST (*strengths-threats*), dan strategi WT (*weakness-threats*).

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.



Berikut tabel 3.2 mengenai Matrix SWOT:

Tabel 3.2
MATRIX SWOT
KeiPaw Florist

<p>MATRIX SWOT</p> <p>Strengths (Kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang belum banyak dipasarkan. 2. Keunikan dan kualitas produk terjamin. 3. Harga yang terjangkau bagi kelas menengah. 4. Bahan baku yang lebih berkualitas. 	<p>Weaknesses (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas manajemen yang belum terorganisasi dengan baik. 2. Produk <i>KeiPaw Florist</i> yang belum dikenal masyarakat.
<p>Opportunities (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat kelas ekonomi menengah meningkat tiap tahun. 2. Permintaan masyarakat yang meningkat setiap musim tertentu. (Graduation, Birthday, Wedding, Valentine, dll) 	<p>SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyiapkan kemasan eksklusif yang menarik perhatian (S1,S3,O1,O2) 2. Menyediakan layanan antar gratis untuk daerah tertentu dari KeiPaw Florist (S1,O1) 3. Menyediakan kartu ucapan gratis untuk menuliskan pesan singkat dari si pemberi kepada si penerima (S2,O1,O2)
<p>Threat (Ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing dengan inovasi baru. 	<p>ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat variasi bentuk yang berbeda pada hari – hari tertentu (limited edition) (S1,S2,S3,S4) 2. Bekerja sama dengan perusahaan lain untuk melakukan promosi (S3,T1)
	<p>WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan inovasi bentuk yang bervariasi pada konsumen seperti edisi <i>special yang limited</i> (W1,O2) 2. Membuka sistem <i>Pre-Order</i> secara <i>online</i> sehingga produksi tidak terhambat (W1,W2,O2)
	<p>WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan produk yang berbeda dari pesaing (W1, T1) 2. Memberikan give away yang terdapat pada sosial media. (W2)

Sumber: KeiPaw Florist



Berdasarkan tabel 3.2 di atas dapat dilihat bahwa *KeiPaw Florist* dengan menggunakan tabel

Matrix (SWOT) bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal maupun eksternal

perusahaan. *KeiPaw Florist* dengan menggunakan kekuatan dan peluang yang sudah dimiliki

untuk mengembangkan lagi kelemahan dan ancaman yang harus dihadapi.

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.