



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. *Trend* dan Pertumbuhan Industri

*Trend* dan Pertumbuhan Industri di Indonesia pada tahun 2016, nilai pasar tekstil yang termasuk produk *fashion* diestimasi setara Rp 208 triliun, menurut kompilasi data *duniaindustri.com* dari BPS, asosiasi industri, dan sumber lainnya. Perlambatan pertumbuhan disebabkan depresiasi rupiah terhadap dolar AS, perlambatan perekonomian global, serta anjloknya harga komoditas dunia.

#### B. Analisis Pesaing

Dalam membuka suatu usaha pasti akan mengalami kesulitan karena adanya pesaing, dalam kajian ini penulis akan menganalisis pesaing yang dianggap memiliki segmentasi yang sama dan dianggap dapat mengancam keberlangsungan usaha kaos *Wisdom*.

Pesaing adalah suatu usaha yang bergerak pada bidang yang sama dan mempunyai produk yang sama juga. Menganalisis pesaing menjadi suatu hal yang harus dilakukan sebelum memulai usaha dan menentukan strategi usaha.

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012:552-559), ada beberapa langkah dalam menganalisis para pesaing yaitu:

##### 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

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



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

2. Menentukan sasaran penting

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

3. Identifikasi strategi pesaing

Tujuan perusahaan dalam menjalankan usaha adalah untuk memenangkan persaingan. Oleh karena itu, setiap perusahaan memiliki strategi sendiri untuk mengungguli 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 beberapa tahap berikut:

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

5. Mengestimasi pola reaksi pesaing

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

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

serangan tertentu saja dan tidak untuk serangan lainnya, sehingga perusahaan akan dapat meramalkan pola reaksi pesaing.

#### 6. Memilih pesaing

Tahap akhir adalah memilih pesaing, yaitu tahap dimana perusahaan memilih pesaing yang akan dianalisis oleh penulis dan menjadi acuan dalam menentukan strategi perusahaan kedepannya.

Penulis mengambil kesimpulan, bahwa ada 2 pesaing yang penulis temukan untuk *Wisdom*, yaitu:

- |                                    |                             |
|------------------------------------|-----------------------------|
| a. Nama usaha                      | : Newthing                  |
| Tahun berdiri                      | : 2016                      |
| Instagram/Jumlah <i>Followers</i>  | : Newthing/792 Followers    |
| Produk dan harga                   | : Baju, Rp 70.000 per kaos  |
| b. Nama usaha                      | : Valco.id                  |
| Tahun berdiri                      | : 2016                      |
| Instagram/ Jumlah <i>Followers</i> | : Valco.id/ 510 Followers   |
| Produk dan harga                   | : Baju, Rp 100.000 per kaos |

### C Analisis PESTEL

Menurut David (2013:93) kekuatan eksternal dapat dibagi menjadi lima kelompok kategori, kelompok yang pertama merupakan kekuatan ekonomi; kelompok kedua merupakan kekuatan sosial, budaya, demografi, dan lingkungan alam; kelompok ketiga adalah kekuatan politik, hukum, dan pemerintah; kelompok keempat adalah kekuatan teknologi; dan yang terakhir adalah kekuatan kompetitif. Analisis PESTEL atau faktor eksternal tersebut tentu memiliki pengaruh bagi perusahaan.





Analisis PESTEL adalah analisis terhadap faktor eksternal bisnis yang meliputi bidang politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan legalitas. PESTEL digunakan untuk menilai pasar dari suatu unit bisnis. Arah analisis PESTEL adalah kerangka untuk menilai sebuah situasi, dan menilai strategi, arah perusahaan, rencana pemasaran, atau ide. Dimana analisis ini cukup mempengaruhi perusahaan karena melalui analisis ini dapat diambil suatu peluang atau ancaman baru bagi perusahaan. Berikut analisis PESTEL terhadap *Wisdom* :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### 1. Politik

Dalam industri *fashion* sendiri diatur oleh beberapa perundangan yang mengatur tentang bahan yang digunakan, namun penulis dalam bisnisnya sendiri menggunakan bahan kaos yang sudah mendapat surat perizinan serta, memiliki izin usaha perdagangan (SIUP) kecil. Perubahan jenis usaha dapat terjadi sewaktu-waktu jika ada peraturan dari Menteri Perdagangan untuk klasifikasi SIUP.

### 2. Ekonomi

Pertumbuhan perekonomian yang meningkat berbanding lurus dengan daya beli konsumen yang juga ikut berkembang. Maka dari itu penulis juga memperhatikan tingkat perekonomian masyarakat dalam menetapkan harga dan memberikan promosi.

### 3. Sosial

Sosial budaya merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan suatu bisnis. Perkembangan budaya masyarakat yang menilai pakian bukan hanya menjadi kebutuhan sekunder semata juga menjadi peluang yang ingin dikembangkan oleh penulis dengan membuka bisnis kaos *Wisdom*.

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.



#### 4. Teknologi

Usaha bisnis *Wisdom* dalam proses produksinya menggunakan perpaduan teknologi komputer dan manual. Dalam perancangan desain *Wisdom* menggunakan teknik scan yang kemudian diedit dengan aplikasi photoshop yang kemudian dicetak pada peralatan sablon yang kemudian disablon secara manual karena cara ini menghasilkan hasil yang lebih maksimal dan tahan lama.

#### 5. Lingkungan

Lingkungan perusahaan dapat memberikan dampak yang positif maupun negatif dalam keberlangsungan suatu usaha, lokasi yang digunakan oleh penulis adalah sebuah kawasan apartemen di Kelapa Gading, Jakarta Utara. Lingkungan bisnis yang melekat di Kelapa Gading memberikan keuntungan dalam pencarian tenaga kerja.

#### 6. Legalitas

Dalam menjalankan bisnis *Wisdom* penulis harus memperhatikan peraturan pemerintah. Pemerintah telah membuat peraturan perundangan yang mengatur regulasi perizinan pendirian industri pakaian. Penulis juga harus memperhatikan peraturan pemerintah tentang ketenagakerjaan. Tentang hak dan kesempatan kerja yang sama, jam kerja seorang karyawan, dan hak untuk mendapatkan upah juga harus diperhatikan.

### D Analisis *Five Porter's*

Analisis Menurut David (2013:106), “lima kekuatan Porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan

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:

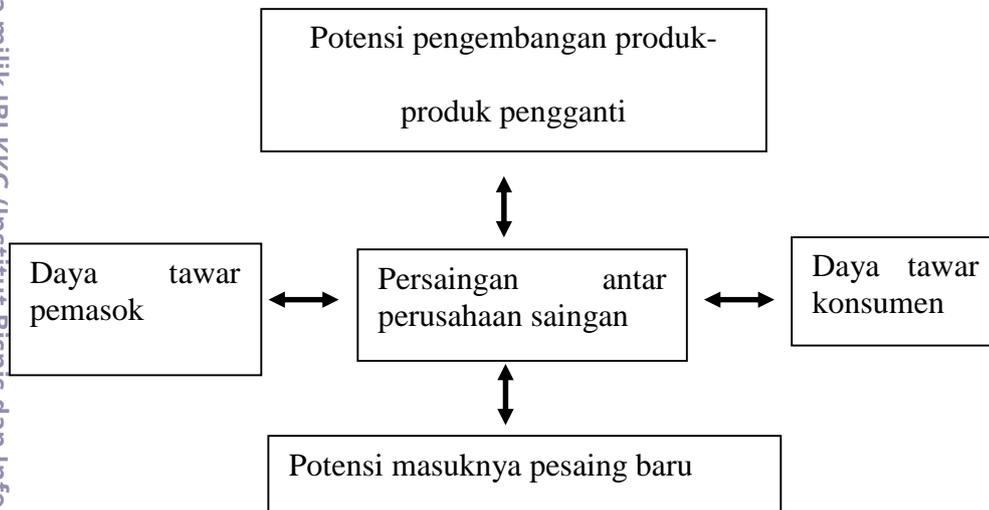
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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.

strategi di banyak industri.” Berikut lima model kekuatan utama dalam persaingan industri :

**Gambar 3.1**  
**Porter's Five Forces Model (Model Lima Kekuatan Porter)**



Sumber : David (2013 :106), *Strategic Management*

Penjelasannya sebagai berikut :

1. Persaingan Antar Perusahaan

Persaingan antar perusahaan adalah perusahaan yang menawarkan produk dan atau jasa yang sejenis. Jika dibandingkan dengan kekuatan lain, persaingan antar perusahaan sejenis merupakan kekuatan yang paling besar dalam model ini. Strategi yang dijalankan oleh perusahaan harus memberikan keunggulan kompetitif dibanding dengan strategi yang dijalankan oleh pesaing.

*Wisdom* akan menghadapi banyak pesaing lama maupun pesaing baru yang bergerak dibidang yang sama, namun dalam perencanaan bisnis ini penulis menggunakan *Newthing* dan *Valco.id* sebagai pesaing sejatinya. Kedua pesaing ini memiliki keunggulan yang sama dibagian harga, berbeda dengan *Wisdom* yang menggunakan keunikan serta *brand* sebagai keunggulannya.

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. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Industri pakaian masih sangat potensial untuk dimasuki oleh pesaing baru. Sehingga strategi yang akan dilakukan penulis adalah dengan terus menguatkan *brand image* dan *brand awareness* terhadap konsumen dan melakukan inovasi produk sehingga konsumen tetap loyal terhadap produk.

## 3. Potensi Pengembangan Produk-Produk Pengganti

Produk substitusi dapat menjadi ancaman yang kuat apabila produk atau jasa tersebut dapat menjadi alternatif secara penuh bagi konsumen. Produk pengganti biasanya muncul karena produk utama memiliki harga yang mahal sehingga banyak orang yang mencoba untuk membuat produk pengganti. Ancaman dari produk pengganti sangat besar karena mudahnya membeli kaos polos dan mencetaknya sendiri satuan pada toko sablon. Maka dari itu strategi yang digunakan oleh *Wisdom* adalah dengan membuat baju yang dicetak secara terbatas dan menggunakan *ambassador* untuk setiap desain oleh *Wisdom*.

## 4. Daya Tawar Pemasok

Badan Usaha *Wisdom* memiliki banyak pemasok untuk bahan baku dan juga perlengkapan yang selalu digunakan sebagai kebutuhan produksi. Dalam bisnis ini kekuatan pemasok untuk mempengaruhi harga dan ketersediaan barang cukup rendah karena barang yang digunakan tersedia dimana saja dan selalu dengan harga yang stabil.

## 5. Daya Tawar Konsumen

Konsumen akan mencari produk yang dapat memenuhi permintaannya dengan harga yang sesuai. Untuk itu diperlukan adanya daya tarik khusus untuk konsumen serta mengerahkan layanan yang maksimal untuk konsumen.

© 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.



*Wisdom* menggunakan kualitas serta keunikannya sebagai strategi utama dalam mengambil pangsa pasar industri kaos pria.



Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### E. Analisis Posisi dalam persaingan

Sebagai pendatang baru sangat penting untuk perusahaan mengetahui posisi mana perusahaan berada dengan menggunakan analisis *Product Life Cycle*. Siklus produk dibagi menjadi 4 (empat) tahapan, yaitu ;

#### 1. Perkenalan

Periode pertumbuhan penjualan lambat ketika produk di perkenalkan di pasar.

Tidak ada laba karena pengeluaran besar untuk pengenalan produk.

#### 2. Pertumbuhan

Periode penerimaan pasar yang cepat dan peningkatan laba yang substansial.

#### 3. Kedewasaan

Penurunan pertumbuhan penjualan karena produk telah diterima oleh sebagian besar pembeli potensial. Laba stabil atau menurun karena persaingan meningkat.

#### 4. Penurunan

Penjualan memperlihatkan penurunan dan laba terkikis.

### F Analisis Faktor Kunci Sukses

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*". Yang artinya CPM adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan

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.



mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki. Berikut adalah tabel analisis CPM *Wisdom* :

**Tabel 3.1**  
**Competitive Profile Matrix Wisdom**

<b>Competitive Profile Matrix Wisdom</b>							
<b>Key Success Factor</b>	<b>Weight</b>	<b>Wisdom</b>		<b>Newthing</b>		<b>Valco.id</b>	
		<b>Rating</b>	<b>Score</b>	<b>Rating</b>	<b>Score</b>	<b>Rating</b>	<b>Score</b>
Merek	0.12	1	0.12	2	0.24	2	0.24
Harga	0.20	2	0.40	4	0.80	2	0.40
Promosi	0.08	3	0.24	3	0.24	3	0.24
Kualitas bahan	0.11	3	0.33	3	0.33	3	0.33
Kualitas layanan	0.32	3	0.96	2	0.64	4	1.28
Model desain	0.17	4	0.68	2	0.34	1	0.17
<b>Total</b>	<b>1</b>		2.73		2.59		2.66

Sumber : *Wisdom*

Menurut hasil kuisisioner yang sudah disebar oleh penulis, dapat dilakukan perhitungan CPM. Kesimpulannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor kesuksesan dengan bobot terbesar. Total poin yang didapat *Wisdom* ternyata mampu mengikuti persaingan dengan pesaingnya yang sudah duluan terjun dibidang bisnis kaos.

**G Analisis SWOT**

Menurut David (2013:206) SWOT Matrix adalah sebuah alat pemaduan atau pemasangan yang penting yang dapat membantu manajer untuk mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi SO – *Strength and Opportunity* (Kekuatan dan Peluang), WO – *Weakness and Opportunity* (Kelemahan dan Peluang), ST – *Strength and Threat* (Kekuatan dan Ancaman), WT – *Weakness and Threat*

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.

(Kelemahan dan Ancaman). Berikut adalah analisis SWOT / Matrix SWOT

© *Wisdom* :

1. *Strengths*

a. Lokasi usaha yang strategis.

Lokasi usaha *Wisdom* yang berada di daerah Kelapa Gading memberikan keuntungan ekonomis karena berlokasi didekat pemasok dan banyak agen pengiriman di dalam radius sekitar lokasi usaha *Wisdom*. Dengan tingkat permintaan tenaga kerja yang tinggi memudahkan *Wisdom* mencari karyawan-karyawan *workshop*.

b. Bahan baku yang berkualitas.

Kepercayaan diri *Wisdom* untuk mengakui bahan bakunya berkualitas adalah karena *Wisdom* mengambil dari pemasok terpercaya dan memiliki standar internasional yang melekat pada bahan baku yang digunakan oleh *Wisdom*.

c. Promosi.

*Wisdom* akan melakukan promosi yang gencar dan membuat konten-konten yang menarik untuk menggaet konsumen terlebih anak muda yang aktif di media sosial.

d. Pelayanan yang cepat.

*Wisdom* melihat pelayanan yang tanggap adalah salah satu faktor utama seseorang semakin semangat untuk berbelanja terlebih semasa ingin melakukan pembelian online, karena itu setiap karyawan akan di latih dan dibekali smartphone yang selalu siap untuk membalas pesanan maupun sekedar pertanyaan dari para calon pembeli.

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.



## 2. Weaknesses

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### a. Baru memasuki masa pengenalan.

Sebagai bisnis kaos yang baru pastinya akan menghadapi masalah dengan bisnis kaos lain yang sudah lama dan lebih dikenal oleh masyarakat luas.

#### b. Inovasi baru dan harus beradaptasi.

*Wisdom* memberikan inovasi baru yang benar-benar baru kepada masyarakat dalam menggunakan kaos, karena kaos biasanya hanya monoton namun kali ini model desainnya dapat di lepas ataupun diganti sesuai keinginan, hal ini memberikan ancaman kepada *Wisdom* yang mencoba melakukan inovasi tersebut.

#### c. Kurangnya metode pembayaran.

*Wisdom* saat ini hanya menyediakan satu nomor rekening bank untuk menerima pembayaran dari pembeli. Pada kenyataannya biaya administrasi dari bank dapat mengurangi minat pembeli.

#### d. Kurangnya pengalaman dalam manajemen dan pasar industri pakaian.

Manajer yang mengurus adalah seorang *fresh graduate* yang masih bisa dianggap pemula dalam bidang manajemen dan pasar industri pakaian, maka dari itu akan dibutuhkan waktu yang cukup relatif lama untuk dapat beradaptasi dan mampu memenuhi harapan konsumen.

## 3. Opportunities

#### a. Bahan baku mudah didapatkan.

*Wisdom* memiliki supplier yang sudah dipercaya dan memiliki banyak cabang yang bila ketersediaan barangnya habis dapat dicari supplier penggantinya.

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. Gaya hidup yang konsumtif.  
Gaya hidup yang dianut oleh masyarakat sekarang dinilai sangat konsumtif, dengan perkembangan ekonomi dan pusat perbelanjaan yang cukup tinggi di Ibu kota Jakarta menjadikan warganya terbiasa dan memiliki gaya hidup konsumtif.
- c. Produk lokal yang semakin diminati.  
Banyaknya spanduk-spanduk yang menyuarakan menggunakan produk Indonesia, iklan di *Televisi* maupun dimajalah-majalah untuk kaum muda sekarang terus mengingatkan bahwa produk lokal tidak kalah dengan produk dari luar negeri, dan ini dinilai dapat menjadi sebuah peluang yang dapat digunakan oleh *Wisdom*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

- 4. *Threats*
  - a. Potensi adanya pesaing yang meniru produk dan inovasi produk.  
Dengan semakin tingginya permintaan *Wisdom* nantinya akan memancing munculnya pesaing baru yang meniru produk dan inovasi produk dari *Wisdom*.
  - b. Kegagalan produksi.  
Tidak semua yang dibuat mesin akan terbentuk dengan sempurna, maka dari itu *Wisdom* sudah melihat ancaman dari bagian produksi dan menyiapkan beberapa solusi dalam menanggulangnya.
  - c. Globalisasi yang memudahkan pembelian produk internasional.  
Biarpun banyak himbauan yang mengajak dan mengingatkan untuk membeli produk lokal tidak menutup kemungkinan untuk semakin banyaknya orang yang menggunakan produk lokal. Tetap akan nada 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

yang merasa menggunakan produk asing lebih bergensi daripada produk lokal.

**Tabel 3.2**  
**Analisis Tabel SWOT Matrix Wisdom**

<p><b>Strengths</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi yang strategis</li> <li>2. Bahan baku berkualitas</li> <li>3. Promosi</li> <li>4. Pelayanan yang cepat</li> </ol>		<p><b>Weaknesses</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Baru masuk masa pengenalan</li> <li>2. Inovasi baru dan harus beradaptasi</li> <li>3. Kurangnya metode pembayaran</li> <li>4. Kurangnya pengalaman dalam manajemen dan pasar industri pakaian</li> </ol>
<p><b>Opportunities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan baku mudah didapatkan</li> <li>2. Gaya hidup yang konsumtif</li> <li>3. Produk lokal yang semakin diminati</li> </ol>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menjalin kerjasama yang baik dengan pemasok (S1,S2,O1)</li> <li>- Promosi yang besar-besaran (S3,O2)</li> <li>- Menggunakan <i>tag line</i> karya anak bangsa (S3, O3)</li> </ul>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promosi dengan model yang dikenal (W1,O3)</li> <li>- Beradaptasi dengan mengikuti perkembangan tren (W2,O2)</li> <li>- Menambah metode pembayaran (W4, O2)</li> </ul>
<p><b>Threats</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Potensi adanya pesaing yang meniru produk dan inovasi produk</li> <li>2. Kegagalan produksi</li> <li>3. Globalisasi yang memudahkan pembelian produk internasional</li> </ol>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inovasi produk (S2, T1)</li> <li>- Kontrol kualitas mulai dari bahan sampai proses produksi (S2, T2)</li> <li>- Membuat website resmi <i>Wisdom</i> (S4, T3)</li> </ul>	<p><b>Strategi WT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memasang iklan di media besar (W1, T1)</li> <li>- Registrasi <i>Paypal</i> sehingga dapat menerima pembayaran secara global (W3, T3)</li> </ul>

Sumber: Wisdom



**© 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.