



### BAB III

#### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Dalam memulai suatu bisnis diperlukan perencanaan yang tepat dan tersusun rapih dengan data yang valid. Melakukan analisis terlebih dahulu terhadap industri yang akan di masuki merupakan langkah yang harus dilakukan pengusaha, hal tersebut berfungsi sebagai pengetahuan tentang apakah pasar mengalami peningkatan atau penurunan, jumlah pesaing dan perubahan-perubahan yang mungkin ada pada kebutuhan-kebutuhan pelanggan. Selain itu juga seorang pengusaha harus melakukan analisis industri terlebih dahulu agar dapat mengetahui lebih mendalam mengenai perkembangan industri tersebut. Sehingga ada beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam melakukan analisis industri yaitu tingkat permintaan industri, kompetisi dalam industri, dan segmentasi pasar.

Pertama adalah tingkat permintaan industri. Permintaan dan penawaran merupakan dasar dari terjadinya kegiatan bisnis, dengan mengetahui tingkat permintaan dalam industri maka kita dapat menentukan tingkat penawaran yang akan kita berikan ke dalam pasar, berapa harga yang pantas untuk diberikan ke dalam pasar. Seperti yang dikatakan N. Gregory Mankiw (2009 : 80), “Jumlah permintaan dari suatu barang adalah jumlah barang yang rela dan mampu dibayar oleh pembeli”. Merupakan pengetahuan mengenai apakah pasar industri tersebut sedang bertumbuh atau melemah, jumlah dari pesaing baru yang masuk dan kemungkinan perubahan atas kebutuhan dan selera konsumen merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam memastikan apakah sebuah bisnis masih memiliki potensi yang baik atau tidak.

Kedua adalah aspek kompetisi dalam industri. Perusahaan yang mebuca bisnis baru akan mendapatkan tekanan dari perusahaan yang sudah lama berdiri di bidangnya. Dimana umumnya perusahaan menghadapi kemungkinan ancaman dari perusahaan

© Hak Cipta Milik Kwik Kian Gie (Institusinya dan Informatika Kwik Kian Gie) Insitut 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.



yang lebih besar. Pemilik perusahaan harus sigap dalam mempersiapkan diri bagi perusahaannya agar mampu bertahan dalam menghadapi tekanan dari perusahaan yang sudah mapan dan mampu menerapkan strategi yang baik, agar tekanan yang datang dapat di minimalisir pengaruh negatifnya. Kebanyakan pesaing dapat dengan mudah diidentifikasi dari pengalaman, profil usaha, iklan, dan *website* yang dimiliki. Dalam hal ini *Snowy Baby Photo* harus mencari informasi mengenai siapa saja pesaing yang akan dihadapi, baik pesaing langsung maupun tidak langsung, kemudian mengidentifikasi apa kekuatan dan kelemahan masing – masing pesaing sehingga dapat mempersiapkan diri dan startegi apa yang harus dijalankan untuk menghadapi ancaman dari pesaing.

Analisis industri juga harus memiliki fokus pada pasar yang tersegmentasi dengan baik dimana termasuk informasi mengenai lingkungan bisnis eksternal maupun internal dan siapa pelanggan dari bisnis tersebut. Lingkungan bisnis ini bisa disimpulkan merupakan area geografis tertentu atau spesifikasi pasar tertentu dimana bisnis akan bersaing. Tentunya harus mempertimbangkan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi pasar.

Sebelum mengembangkan sebuah bisnis atau bahkan menciptakan sebuah bisnis ada baiknya dilakukan analisis industri terlebih dahulu. Menurut Robert D. Hisrich, Michael P. Peters dan Dean A. Shepherd (2013:196) “Pengusaha harus melakukan analisis industri yang akan berfokus pada trend industri tertentu”. Untuk itu diperlukan analisis terhadap industri yang akan dijalankan oleh bisnis.

Ketika analisis industri dilakukan dengan benar maka bisnis akan lebih terarah. Dengan menggunakan teknik analisis industri yang baik dan benar, maka kita dapat mengetahui masa depan dari bisnis terkait, persaingan di industri tersebut, pasar yang diminati produk terkait, dan juga masa depan dari pasar tersebut. Setelah pengusaha



mengetahui hal-hal tersebut maka dapat dilanjutkan dengan strategi-strategi perusahaan yang akan membawa perusahaan terhadap sebuah keunggulan.

### A. Gambaran dan Pertumbuhan Masa Depan

Salah satu persyaratan untuk melakukan analisis industri yang baik, adalah mengetahui gambaran masa depan dari bisnis terkait. Perubahan terus terjadi dalam bisnis. Banyak faktor-faktor yang dapat menyebabkan perubahan tersebut, dan perubahan dapat membawa bisnis terhadap hal yang baik dan juga hal yang buruk. Apabila perubahan membawa hal baik terhadap bisnis maka bisa dikatakan *opportunity* atau peluang, begitu pula sebaliknya perubahan yang membawa hal buruk maka dapat dikatakan sebagai sebuah *threat* atau ancaman.

Pebisnis yang handal adalah pebisnis yang mengetahui hal-hal yang menyebabkan peluang dan ancaman tersebut dan dapat mengelola peluang dan ancaman tersebut agar dapat mempertahankan keunggulan mereka. Apabila perubahan membawa sebuah peluang pada sebuah industri, dan pebisnis tersebut tidak mampu untuk menggunakan peluang tersebut maka hasilnya akan sama saja karena tidak ada yang dicapai. Begitu pula dengan ancaman, pebisnis yang memiliki keahlian untuk mengelola risiko maka juga dapat mempertahankan keunggulannya.

Gambaran masa depan akan menjadi penting karena pengusaha dapat mengetahui perubahan-perubahan yang dapat terjadi, sehingga sebelum perubahan tersebut terjadi, yang mungkin akan menyebabkan sebuah peluang atau bahkan ancaman, pengusaha sudah menjalankan strategi-strategi dan taktik yang dibutuhkan agar keunggulan perusahaan tetap bertahan.

Dengan penjelasan di atas mengenai seberapa banyak berapa banyak kelahiran yang terjadi di DKI Jakarta dan Bekasi menunjukkan bahwa usaha dokumentasi bayi



yang akan saya kembangkan ini memiliki pasar yang cukup menjanjikan. Berikut ini tabel 3.1 menjelaskan tentang kelahiran dan perkawinan di DKI Jakarta dan Bekasi :

**Tabel 3.1**

**Angka kelahiran dan perkawinan penduduk DKI Jakarta tahun 2011-2014**

Kabupaten/Kota Adm	Kelahiran		Kematian	Perkawinan	Perceraian	Pengesahan dan Pengakuan Anak
	Umum	Terlambat				
1	2	3	4	5	6	7
Kep. Seribu	366	-	84	180	-	-
Jakarta Selatan	29 990	-	10 476	16 025	98	172
Jakarta Timur	42 586	-	14 885	21 894	112	409
Jakarta Pusat	13 869	-	6 284	7 330	44	45
Jakarta Barat	33 134	-	9 785	13 664	37	38
Jakarta Utara	26 339	-	8 186	8 126	63	-
Dinas	-	-	-	10 638	895	23
Pengadilan Agama	-	-	-	-	10 302	-
<b>Jumlah/Tota</b>	<b>146 284</b>	<b>-</b>	<b>49 710</b>	<b>82 173</b>	<b>11 551</b>	<b>687</b>
2014	114 658	132 277	7 832	11 700	1 290	1 272
2013	151 181	98 220	7 487	11 286	1 071	1 971
2012	161 887	27 422	6 576	11 164	255	1 566
2011	153 901	8 787	6 882	6 037	263	328

Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin /			
Population by Sexes and Age Group 2015			
Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
Agas Gruop	Male	Female	Total
(1)	(2)	(3)	(4)
0 - 4	129,866	124,138	254,004
5 - 9	128,457	121,505	249,962
10 - 14	115,822	111,039	226,861
15 - 19	117,651	125,228	242,879
20 - 24	130,479	136,049	266,528
25 - 29	146,452	148,600	295,052
30 - 34	134,336	135,110	269,446
35 - 39	120,228	117,224	237,452
40 - 44	103,651	102,021	205,672
45 - 49	84,232	83,185	167,417
50 - 54	66,609	59,634	126,243
55 - 59	46,125	35,769	81,894

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.



60 - 64	24,146	20,978	45,124
65 +	30,832	33,877	64,709
Kota Bekasi	1,378,883	1,354,357	2,733,240
Bekasi Municipality			
2014	1,344,022	1,318,989	2,663,011
2013	1,309,175	1,283,644	2,592,819
2012	1,274,716	1,248,316	2,523,032
2011	1,228,256	1,194,666	2,422,922

Sumber/Source : Data Proyeksi BPS Kota Bekasi

## B. Analisis Pesaing

Sebelum melakukan analisis pesaing, ada baiknya kita mengetahui terlebih dahulu yang dimaksud dengan analisis pesaing. Menurut Soegioto (2009:116), analisis pesaing adalah memahami apa yang ada di benak perusahaan lain dengan cara memetakan semua ide yang tersembunyi untuk masa yang akan datang. Analisis pesaing berusaha memahami perilaku pesaing dalam jangka panjang.

Sehingga penting bagi kita, untuk melakukan analisis pesaing. Karena dengan melakukan analisis pesaing perusahaan akan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh para pesaing. Apabila kelemahan dan kekuatan pesaing sudah diketahui maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah memformulasikan langkah-langkah yang harus dilakukan perusahaan guna untuk meningkatkan daya saing terhadap para pesaing dan juga untuk mempertahankan keunggulan perusahaan.

Sebelum analisis pesaing dilakukan perusahaan harus mengetahui karakteristik dari masing-masing dari pesaing agar kita dapat menentukan siapa yang menjadi pesaing utama perusahaan atau pesaing perusahaan yang sesungguhnya. Setelah mengetahui siapa saja yang menjadi pesaing utama dari perusahaan, maka baru dapat dilakukan analisa persaingan menggunakan berbagai macam teknik analisa pesaing.



Bisnis dokumentasi sudah banyak yang menjalankan di Jakarta dengan berbagai kelebihan dan kekurangannya. Meski begitu ada beberapa nama perusahaan dokumentasi kenal oleh pasarnya itu sendiri. Menurut hasil pengamatan dan observasi penulis, yang menjadi pesaing utama *Snowy Baby Photo* adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. **MAGNI PHOTO**

Alamat : Ruko French Walk MOI F60A, Mall Of Indonesia, Kelapa Gading, Jakarta, Jl. Boulevard Bar. Raya, Jakarta, DKI Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240

Kekuatan : Sudah berdiri sejak lama sehingga dikenal masyarakat.  
Ketersediaan layanannya sudah lengkap

Kelemahan : Harganya kurang terjangkau

2. **AMORE Baby Potraits**

Alamat : Jl. Dharmawangsa VI Melawai Kebayoran Baru Jakarta Selatan DKI Jakarta, JAKARTA, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12160

Kekuatan : Sudah berdiri lama sehingga di kenal masyarakat  
Memiliki tenaga ahli berkualitas

Kelemahan : Harga yang relatif 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.



Tabel 3.2

Perbandingan Harga

Nama Perusahaan	Harga
<i>Snowy Baby Photo</i>	Rp 2.250.000,-
MAGNI photo	Rp 3.000.000,-
AMORE baby portraits	Rp 5.000.000,-

Sumber : *Snowy Baby Photo*

Setelah mengetahui siapa saja yang menjadi pesaing utama *Snowy Baby Photo* maka analisa pesaing dapat dilakukan menggunakan metode-metode dibawah ini.

**C Competitive Profile Matrix (CPM) / Analisa Matriks Profil Kompetitif**

Metode *Competitive Profile Matrix* (CPM) merupakan salah satu alat analisa yang dapat digunakan untuk memahami kelemahan dan kekuatan pesaing secara terperinci. Menurut Fred R. David (2013:113) CPM adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industri, karena dalam analisa CPM ini perusahaan mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki. Berikut adalah tabel CPM *Snowy Baby Photo* :

© Hak cipta milik IBIKKG (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.



Tabel 3.3

Competitive Profile Matrix SNOWY Baby Photo

Key Success Factor	Bobot	Snowy Baby Photo		Amore		Magni Photo	
		Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot
Kualitas Produk	0.20	4	0.80	4	0.80	3	0.60
Teknologi	0.20	3	0.60	3	0.60	2	0.40
Harga	0.20	4	0.80	2	0.40	3	0.60
Waktu Pengerjaan	0.10	1	0.10	4	0.40	4	0.40
Promosi	0.20	3	0.60	3	0.60	3	0.60
Konsep	0.10	2	0.20	4	0.40	3	0.30
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>3.10</b>		<b>3.20</b>		<b>2.90</b>

Sumber: Snowy Baby Photo, Data Olahan

Tabel 3.3 CPM Snowy Baby Photo terdiri atas *critical success factor* yang merupakan faktor-faktor yang dianggap penting untuk bisnis tersebut (dokumentasi bayi). *Weight* yang merupakan bobot atau tingkat kepentingan faktor-faktor yang dianggap penting, besaran bobot dipengaruhi oleh besaran kepentingan dari faktor tersebut, semakin besar kepentingan faktor terhadap industri tersebut maka bobotnya pun semakin tinggi angkanya, dan angka bobot yang dijumlahkan harus berjumlah sama dengan satu. *Rating* yang merupakan penilaian dari satu sampai empat untuk masing-masing perusahaan, angka satu menunjukkan bahwa perusahaan tidak memiliki kontrol yang baik terhadap faktor tersebut, dan angka empat yang menunjukkan perusahaan memiliki kontrol yang sangat baik terhadap faktor tersebut. Dan juga *score* yang merupakan pengkalian antara *weight* dan *rating* dari masing-masing perusahaan, perusahaan yang memiliki total score yang tertinggi adalah perusahaan yang unggul.

Untuk mengetahui apakah perusahaan termasuk dalam kategori perusahaan yang baik atau perusahaan yang buruk adalah berdasarkan *total score* dari masing-

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a) eluasan, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau sajak, dan b) Pengutipan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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





masing perusahaan. Perusahaan yang memiliki *total score* lebih dari 2.5 maka dikategorikan sebagai perusahaan yang baik dan dapat beroperasi dengan baik sehingga perusahaan tersebut mampu bersaing. Begitu pula sebaliknya perusahaan dengan *total score* kurang dari 2.5 maka dikatakan belum beroperasi dengan baik.

Berikut adalah penjelasan mengenai posisi *Snowy Baby Photo* dan para pesaing utamanya berdasarkan tabel CPM *Snowy Baby Photo* (**Tabel 3.3**) di atas:

a. Kualitas Produk

Kualitas produk yang baik bisa membawa perusahaan unggul karena banyak konsumen yang sangat memperhatikan hal ini. pada **Tabel 3.3** dapat dilihat bobot yang ditetapkan oleh penulis pada faktor bobot yaitu sebesar 0.20. Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pada tabel CPM 3.3 di atas dapat dilihat bahwa *Amore* perusahaan memiliki *rating* 4 karena kualitas produk yang dimiliki sangatlah baik. Sedangkan yang direncanakan *Snowy Baby Photo* akan menyamai kualitas produk yang terbaik sehingga mendapatkan *rating* 4.

b. Teknologi

Teknologi pada tabel CPM *Snowy Baby Photo* 3.3, terlihat bahwa teknologi memiliki bobot yang tinggi diantara faktor-faktor yang lain yakni 0.20. Hal ini dikarenakan teknologi menentukan bagus atau tidak nya suatu hasil dari dokumentasi yang telah dilakukan. **Tabel 3.3** menunjukkan bahwa *Amore* mendapatkan *rating* 3 karena menggunakan teknologi yang cukup tinggi, seperti menggunakan kamera *medium format* dan *full frame* oleh karena itu dapat dikatakan teknologi yang di gunakan tinggi pula, berbeda dengan *Magni Photo* karena teknologi tidak menjadi fokus utama perusahaan tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Sedangkan *Snowy Baby Photo* memerlukan teknologi yang canggih sehingga mendapatkan *rating* 3.

#### c. Harga

Harga merupakan salah satu faktor yang dilihat oleh konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian produk atau tidak. Akan tetapi dalam industri fotografi harga merupakan suatu hal yang penting setelah kualitas. Pada tabel CPM *Snowy Baby Photo* (**Tabel 3.3**) di atas dapat dilihat bahwa harga memiliki bobot yang cukup tinggi yakni 0.20 sehingga dapat dikatakan harga menjadi faktor yang penting bagi perusahaan-perusahaan dokumentasi bayi dan keluarga. Sedangkan *rating* dari *Amore* sebesar 1, karena harga yang ditawarkan oleh *Amore* tidak dikatakan murah. *Rating* yang didapatkan oleh *Magni Photo* sebesar 3 yang artinya *Magni Photo* menawarkan produk mereka dengan harga yang tidak terlalu terjangkau. Sedangkan yang direncanakan untuk perusahaan *Snowy Baby Photo* adalah berada pada *rating* 4 di harga yang relatif lebih murah dari pesaingnya.

#### d. Waktu Pengerjaan

Tampilan mendapatkan bobot yang kecil yakni 0.1, penulis menetapkan bobot sebesar 0.1 karena menurut penulis waktu pengerjaan tidak terlalu penting, khususnya karena konsumen ingin mendapatkan hasil yang sangat maksimal, akan menjadi tidak penting karena konsumen dapat sabar untuk menunggu hasil yang maksimal. Pada **Tabel 3.3** dapat dilihat *rating* dari *Magni* dan *Amore Photography* mendapatkan *rating* sebesar 4. Kedua perusahaan tersebut sudah dapat melakukan produksi dengan cepat dikarenakan sudah memiliki vendor terbaik yang bekerjasama sejak lama. Hal ini mungkin didapatkan melalui pengalaman yang dimiliki oleh kedua perusahaan. Sedangkan *Snowy Baby*

### 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

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.



*Photo* berada pada *rating* sebesar 1 karena masih sedikitnya pengalaman dan belum melakukan kerjasama dengan vendor terbaik.

e. Promosi

Promosi merupakan salah satu cara untuk menarik konsumen untuk membeli produk. Tujuan dari dilakukannya promosi adalah agar para calon konsumen ingin mencoba produk sehingga mengetahui produk yang dikeluarkan perusahaan, dengan begitu konsumen akan mengetahui perusahaan tersebut.

Pada **Tabel 3.3** di atas promosi memiliki bobot yang sedang yakni 0.20. Hal ini dikarenakan konsumen kadang tidak memperhatikan tentang promosi, namun ada kalanya konsumen juga memperhatikan tentang promosi, sehingga promosi mendapatkan perhatian yang sedang. Pada **Tabel 3.3** dapat dilihat bahwa *rating* dari *Amore 3*, *Magni Photo* berada di *rating* 3 dan *Snowy Baby Photo* mendapatkan juga mendapatkan *rating* 3, *Snowy Baby Photo* menilai promosi merupakan hal yang penting dikarenakan perusahaan kami baru masuk ke pasar. Oleh karena itu *Snowy Baby Photo* melakukan perencanaan dan pelaksanaan promosi secara serius dan menggunakan media baru yang masih jarang di gunakan para competitor lain nya, agar perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat banyak agar dapat menarik pelanggan yang banyak.

f. Konsep

Konsep merupakan salah satu cara untuk menarik konsumen untuk menggunakan perusahaan dokumentasi bayi. Dengan konsep yang berbeda dan unik maka konsumen akan lebih merasa puas dan akan merekomendasikan atau menceritakan kepuasannya kepada para calon konsumen lain. Oleh karena itu konsep merupakan suatu hal yang cukup penting dalam perusahaan dokumentasi bayi. Memiliki konsep yang berbeda di tiap pekerjaan yang

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



dilakukan membuat perusahaan kita menjadi lebih unggul dibanding para pesaing. Pada **Tabel 3.3** di atas konsep memiliki bobot yakni 0.10. Pada **Tabel 3.3** dapat dilihat bahwa *Amore* memiliki *rating* 4, *Magni Photo* memiliki *rating* 3, sedangkan *Snowy Baby Photo* memiliki *rating* yang lebih kecil yaitu 2 dikarenakan kurangnya pengalaman *Snowy Baby Photo*. *Snowy Baby Photo* harus melakukan banyak riset dan mengerjakan dokumentasi bayi untuk terus meningkatkan konsep yang akan diberikan kepada konsumen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**D Analisis Model Lima Kekuatan Porter / Porter's Five Forces Model of Competition**

Analisa pesaing kemudian dilanjutkan dengan membuat model analisa yang dikemukakan oleh Porter, yaitu analisa lima model kekuatan Porter. Menurut Fred R. David (2013:105) analisa lima model kekuatan Porter sering digunakan sebagai pendekatan untuk menentukan strategi-strategi bisnis untuk banyak industri, dan juga digunakan untuk melihat intensitas persaingan diantara perusahaan-perusahaan yang bergerak di masing-masing industri yang sama.

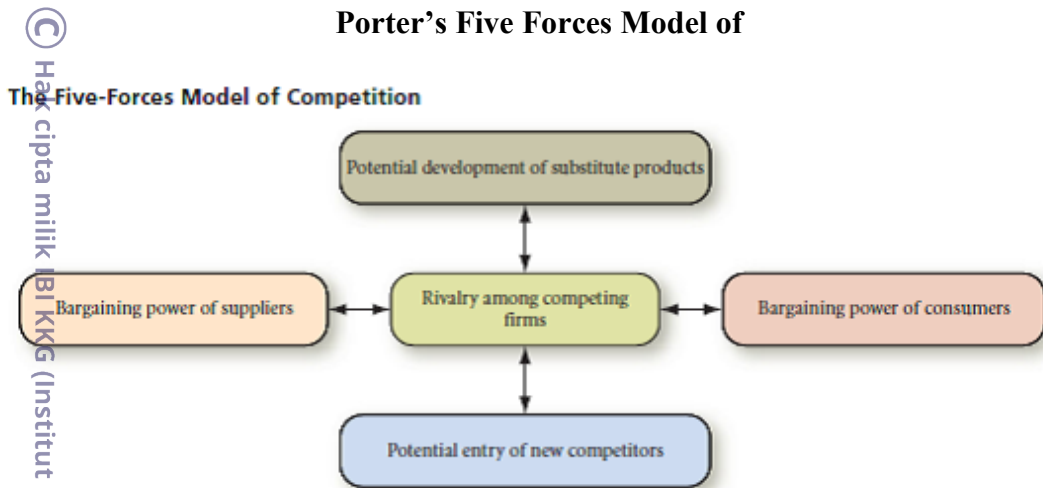
Berikut adalah langkah-langkah yang harus dilakukan sebelum menggunakan analisa mode lima kekuatan oleh Porter:

- Mengidentifikasi faktor dan elemen penting didalam persaingan yang mampu mempengaruhi perusahaan
- Mengevaluasi seberapa kuat dan pentingnya setiap faktor dan elemen tersebut
- Menentukan faktor kekuatan apakah yang membuat industri ini layak untuk dimasuki dan digeluti

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

Gambar 3.1

Porter's Five Forces Model of



Sumber: Fred R. David (2013:106)

a. *Rivalry Among Competing Firms* / Persaingan Antar Perusahaan Sejenis

Persaingan antar perusahaan sejenis biasanya merupakan sumber yang paling kuat diantara sumber-sumber yang lain dalam model lima kekuatan oleh Porter. Strategi yang dijalankan oleh perusahaan harus memberikan keunggulan kompetitif dibanding dengan strategi yang dijalankan oleh pesaing. Sumber ini biasanya dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pertumbuhan industri, nilai tambah yang mampu diciptakan, diferensiasi produk, dan lain sebagainya.

*Snowy Baby Photo* berada di industri dengan tingkat persaingan yang tergolong tinggi, hal ini disebabkan oleh pesaing utama perusahaan, yang mengkhususkan untuk menjual jasa dokumentasi bayi sudah banyak. Oleh karena itu, *Snowy Baby Photo* tetap harus menggunakan strategi-strategi yang tepat agar mampu bersaing dengan para pemain lama.





b. *Potential Entry of New Competitors / Potensi Masuknya Pesaing baru*

Ketika sebuah industri dengan mudah dimasuki oleh pesaing yang baru, maka dikatakan bahwa potensi masuknya pesaing baru memiliki tingkat yang tinggi. Karena ketika sebuah industri mudah untuk dimasuki akan membuat intensitas persaingan di industri tersebut meningkat. Yang mempengaruhi susah atau tidaknya pesaing baru untuk memasuki pasar seperti kebutuhan untuk mencapai skala ekonomis, kebutuhan untuk mendapatkan teknologi dan teknik-teknik khusus yang dibutuhkan, kurangnya pengalaman, loyalitas pelanggan, dan lain sebagainya.

Industri yang digeluti oleh *Snowy Baby Photo* merupakan industri yang mudah untuk dimasuki oleh pesaing baru. Hal ini dikarenakan hambatan-hambatan untuk masuk ke industri tersebut tergolong rendah. Maka dari itu *Snowy Baby Photo* harus mewaspadaikan para pesaing, baik pesaing baru maupun pesaing lama, dengan cara menggunakan strategi-strategi yang diperlukan agar *Snowy Baby Photo* bisa berhasil di industri tersebut.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c. *Potential Development of Substitute Products / Potensi Pengembangan Produk-Produk Pengganti*

Produk atau jasa yang dapat menggantikan produk merupakan ancaman bagi perusahaan. Apabila produk substitusi dapat menggantikan produk secara penuh maka akan menjadi ancaman bagi produk perusahaan. Produk pengganti biasanya muncul karena produk utama memiliki harga yang mahal sehingga banyak orang yang mencoba untuk membuat produk pengganti. Hal lain yang menyebabkan produk pengganti itu ada adalah adanya teknologi baru sehingga

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.



dapat membuat produk secara lebih efektif dan efisien baik dalam segi waktu maupun harga.

*Snowy Baby Photo* memiliki tingkat ancaman produk substitusi yang moderat karena produk pengganti dari perusahaan ini adalah perusahaan dokumentasi bayi dan keluarga pada umumnya. Karena perusahaan dokumentasi bayi pada umumnya menyediakan jasa dokumentasi bayi dengan teknologi biasa.

Melihat ancaman produk pengganti ini, penulis tetap optimis bahwa *Snowy Baby Photo* mampu bersaing dengan produk-produk pengganti, pada kasus ini yaitu perusahaan dokumentasi bayi dan keluarga pada umumnya.

**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**

d. *Bargaining Power of Suppliers / Daya Tawar Pemasok*

Daya tawar pemasok juga mempengaruhi intensitas persaingan dalam sebuah industri. Besar kecilnya daya tawar pemasok dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti jumlah pemasok, kelangkaan bahan baku, ketika biaya untuk berpindah dari satu pemasok ke pemasok lain (*switching cost*) tinggi, dan lain sebagainya. Apabila perusahaan dengan mudah mengganti pemasok maka dikatakan bahwa daya tawar pemasoknya rendah, begitu pula sebaliknya apabila perusahaan sulit untuk mengganti pemasok maka daya tawar pemasok tinggi.

Daya tawar pemasok untuk bisnis dokumentasi ini masuk pada tingkatan yang rendah, karena perusahaan dapat dengan mudah mengganti pemasok-pemasok bahan baku. Melihat lokasi *Snowy Baby Photo* yang berada di kota Bekasi yang dekat dengan ibu kota, DKI Jakarta. memberikan keunggulan

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.



sehingga *Snowy Baby Photo* bisa memiliki lebih dari satu pemasok alat dokumentasi dan percetakan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

e. *Bargaining Power of Consumers* / Daya Tawar Konsumen

Konsumen memiliki posisi yang penting terhadap keberlangsungan hidup perusahaan. Perusahaan dapat bertahan karena ada konsumen yang terus membeli produk kita. Daya tawar konsumen terhadap perusahaan ditentukan oleh berbagai faktor seperti besaran produk dalam volume, yang dibeli oleh konsumen, kelangkaan dari produk yang perusahaan jual, dan lain sebagainya.

Daya tawar yang dimiliki oleh calon konsumen *Snowy Baby Photo* tergolong tinggi, sehingga ini menjadi tantangan bagi *Snowy Baby Photo* untuk memuaskan konsumen agar loyalitas konsumen dapat terbentuk. Daya tawar konsumen dikatakan tinggi dikarenakan konsumen dapat dengan mudah berpindah ke pesaing karena tidak ada switching cost yang harus dikeluarkan oleh konsumen ketika akan berpindah ke perusahaan dokumentasi bayi dan keluarga lainnya.

E. Analisa SWOT / SWOT Matrix (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Analisa lain yang dapat dilakukan untuk menganalisa persaingan di industri tersebut adalah menggunakan Analisa SWOT. Menurut Fred R. David (2013:206) SWOT Matrix adalah sebuah alat pepaduan 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* (Kelemahan dan Ancaman).

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.





Strategi SO adalah sebuah strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi WO adalah strategi bagaimana perusahaan meningkatkan kelemahan internal perusahaan dengan peluang eksternal yang ada. Strategi ST adalah strategi bagaimana perusahaan dapat menghindari ancaman-ancaman eksternal menggunakan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan. Strategi WT adalah strategi untuk merumuskan taktik defensif yang digunakan untuk meningkatkan kelemahan internal perusahaan dan menghindari ancaman eksternal.

Sebelum merumuskan keempat strategi tersebut berikut adalah tahap-tahap yang harus dilakukan agar dapat melakukan analisa SWOT:

- a. Membuat daftar peluang eksternal utama perusahaan
- b. Membuat daftar ancaman eksternal utama perusahaan
- c. Membuat daftar kekuatan internal utama perusahaan
- d. Membuat daftar kelemahan internal utama perusahaan
- e. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal perusahaan dan mencatat hasilnya sebagai strategi SO
- f. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal perusahaan dan mencatat hasilnya sebagai strategi WO
- g. Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal perusahaan dan mencatat hasilnya sebagai strategi ST
- h. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal perusahaan dan mencatat hasilnya sebagai strategi WT

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.

Berikut Berikut adalah analisis SWOT dari *Snowy Baby Photo* :

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. *Strength*

- a. Memiliki SEO dalam digital marketing sehingga memudahkan para konsumen dalam mengakses website *Snowy Baby Photo* .
- b. Harga yang berada di bawah harga pesaing. Dengan artian kami memiliki harga yang menarik dan bersaing.
- c. Memiliki alat alat dokumentasi dengan teknologi tinggi.
- d. Memiliki kualitas produk yang terbaik sehingga para konsumen senang dan puas dengan hasilnya.

2. *Weakness*

1. *Snowy Baby Photo* belum memiliki kerja sama dengan vendor percetakan, membuat hasil pekerjaan *Snowy Baby Photo* lambat diselesaikan.
2. *Snowy Baby Photo* masih kurang banyak pengalaman untuk mengerjakan berbagai macam konsep dokumentasi bayi.

3. *Opportunity*

- a. Semakin meningkatkan jumlah kelahiran yang terjadi di Indonesia pada umumnya. Bekasi dan Jakarta pada khususnya, sehingga pasar yang tersedia cukup menjanjikan.
- b. Pesaing yang memanfaatkan digital marketing online masih sedikit, sehingga besar kemungkinan bagi kami untuk dapat menguasai pasar online.
- c. Perkembangan zaman yang sudah era digital, para pengguna media sosial, itu memudahkan *Snowy Baby Photo* untuk menarik minat konsumen.
- d. Setiap tahunnya tingkat pertumbuhan penduduk yang menikah selalu meningkat, jadi pertumbuhan kelahiran bayi pun akan meningkat.

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. *Threat*

- a. Mudah bagi para pesaing baru untuk dapat memasuki bidang bisnis ini, sehingga kami akan memiliki lebih banyak lagi pesaing di masa depan.
- b. Teknologi dalam bidang dokumentasi terus berkembang dan mudah untuk didapatkan menjadikan para pesaing bisa memilikinya juga.

Berikut adalah matriks SWOT berdasarkan analisa yang telah diuraikan di atas, beserta strategi-strategi untuk menanggulangi SWOT tersebut :

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.



**Tabel 3.4**  
**Matriks Analisis SWOT *Snowy Baby Photo***

<p><b>Internal</b></p> <p><b>Eksternal</b></p>	<p><b>Strength</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki SEO dalam digital marketing sehingga memudahkan para konsumen dalam mengakses website <i>Snowy Baby Photo</i>.</li> <li>Harga yang berada di bawah harga pesaing. Dengan artian kami memiliki harga yang menarik dan bersaing.</li> <li>Memiliki alat alat dokumentasi bayi dengan teknologi tinggi.</li> <li>Memiliki kualitas produk terbaik sehingga para konsumen puas dengan hasilnya.</li> </ol>	<p><b>Weakness</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><i>Snowy Baby Photo</i> belum memiliki kerja sama dengan vendor percetakan, membuat hasil pekerjaan <i>Snowy Baby Photo</i> lambat diselesaikan.</li> <li><i>Snowy Baby Photo</i> masih kurang banyak pengalaman untuk mengerjakan berbagai macam konsep dokumentasi bayi dan keluarga.</li> </ol>
	<p><b>Opportunity</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Semakin meningkatkan jumlah kelahiran yang terjadi di Indonesia pada umumnya Bekasi dan Jakarta pada khususnya, sehingga pasar yang tersedia cukup menjanjikan.</li> <li>Pesaing yang memanfaatkan digital marketing online masih sedikit, sehingga besar kemungkinan bagi kami untuk dapat menguasai pasar online.</li> <li>Setiap tahunnya tingkat pertumbuhan yang meningkat. Jadi, kemungkinan besar pertumbuhan kelahiran pun meningkat.</li> </ol>	<p><b>Strategi (SO)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Melakukan promosi dengan cara beriklan online di beberapa situs ternama secara terus menerus</li> <li>konsisten dalam melakukan promosi</li> <li>tepat sasaran dalam melakukan promosi (SI, O2).</li> <li>Mengadakan kerjasama dengan berbagai <i>event</i> anak-anak (S2, O3).</li> <li>Mengikuti berbagai Acara penyuluhan anak-anak untuk menunjukkan kemampuan yang <i>Snowy Baby Photo</i> miliki (S3,O1)</li> </ol>
<p><b>Threat</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mudah bagi para pesaing baru untuk dapat memasuki bidang bisnis ini, sehingga kami akan memiliki lebih banyak lagi pesaing di masa depan.</li> <li>Teknologi dalam bidang dokumentasi terus berkembang dan mudah untuk didapatkan menjadikan para pesaing bisa memilikinya juga.</li> </ol>	<p><b>Strategi (ST)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Melakukan teknik SEO secara terus menerus sehingga pesaing baru kesulitan untuk dapat mengejar kami (SI, T1).</li> <li>Membeli teknologi terbaru untuk dokumentasi bayi. (S3, T2).</li> </ol>	<p><b>Strategi (WT)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Menetapkan layanan dasar <i>Snowy Baby Photo</i> sebagai produk unggulan, dimana produk unggulan tersebut merupakan sesuatu yang unik (W1, T1).</li> <li>Terus melakukan inovasi baru dalam pemasaran usaha.(W3,T2)</li> </ol>

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi Undang-Undang  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



## F. Segmentasi Pasar

Masing-masing pasar memiliki kebutuhan dan keinginannya masing-masing. Sebagai seorang pelaku bisnis, penting untuk melakukan segmentasi pasar, sehingga perusahaan dapat mengetahui pasar yang kira-kira berpotensi untuk dimasuki oleh perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:225), “segmentasi pasar merupakan pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan, karakteristik atau sifat yang membutuhkan produk dan strategi pemasaran masing-masing secara berbeda satu sama lain”. Berikut adalah tipe segmentasi pasar menurut Kotler dan Armstrong:

### 1. Segmentasi Geografis

Segmentasi pasar mengharuskan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, seperti negara, negara bagian, wilayah, provinsi, kota. Perusahaan dapat beroperasi dalam seluruh wilayah tetapi memberi perhatian pada variabel lokal. Melakukan segmentasi secara geografis bertujuan untuk membantu perusahaan didalam beraktifitas, sehingga memberikan kepastian dan jaminan dimana perusahaan ini akan beroperasi.

Sesuai dengan segmentasi geografis *Snowy Baby Photo* dimana perusahaan beroperasi di Bekasi, maka pertamanya yang menjadi fokus *Snowy Baby Photo* adalah mempenetrasi pasar di wilayah Bekasi, mulai dari Bekasi Selatan, Bekasi Utara, Bekasi Timur, dan Bekasi Barat.



## 2. Segmentasi Demografis

Yang dimaksud dengan segmentasi demografis berarti membagi pasar berdasarkan umur, jenis kelamin, pendapatan, status, pendidikan, dan lain sebagainya. Segmentasi pasar demografis digunakan untuk memberikan gambaran tentang siapa yang sebenarnya menjadi konsumen *Snowy Baby Photo*. Berikut adalah segmentasi demografis dari konsumen *Snowy Baby Photo*:

- a. Usia : 0-5 Tahun
- b. Jenis Kelamin : Laki-Laki dan Perempuan

## 3. Segmentasi Psikografi

Segmentasi psikografi berarti membagi konsumen-konsumen menjadi suatu kelompok yang dibagi berdasarkan kategori-kategori seperti gaya hidup, status sosial, dan lain sebagainya. Berikut segmentasinya berdasarkan psikografi:

- a. Gaya Hidup

Barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan oleh seseorang biasanya dapat menunjukkan gaya hidup seseorang. Perusahaan *Snowy Baby Photo* mensegmentasikan konsumennya pada gaya hidup yang modern dan aktif serta kreatif, sehingga mementingkan suatu momen yang berharga dalam hidupnya.

- b. Status Sosial

Segmentasi konsumen *Snowy Baby Photo* adalah yang termasuk dalam kalangan menengah keatas, untuk mau membeli paket dokumentasi bayi yang memberikan kualitas yang bagus dan harga yang terjangkau.

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.



#### 4. Segmentasi Perilaku

- © 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.
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Segmentasi perilaku berarti mengelompokkan konsumen-konsumen dalam kategori pengetahuan, sikap, penggunaan, dan reaksinya terhadap suatu produk. Maka konsumen *Snowy Baby Photo* disegmentasikan pada konsumen yang mementingkan waktu, hidup, kualitas serta kebahagiaan mereka sendiri.

#### G. Ramalan Industri dan Pasar

Ramalan industri dan pasar berarti memperkirakan bagaimana kondisi industri dan pasar di masa depan. Perlunya melakukan ramalan terhadap industri dan pasar adalah untuk mengetahui apakah nantinya bisnis ini masih prospektif untuk dijalankan atau tidak. Mengetahui kondisi sekarang dan masa depan merupakan hal yang perlu dilakukan. Apabila bisnis sudah tidak lagi memiliki prospek yang menjanjikan nantinya maka dapat dikatakan bahwa bisnis ini tidak layak untuk dilakukan karena tidak sesuai dengan kebutuhan dimasa depan. Sebaliknya bila kedepannya bisnis ini masih menarik dan diminati masyarakat maka bisnis ini akan layak untuk dilakukan. Ketidakmampuan menganalisa industri dimasa depan merupakan salah satu penyebab bisnis itu tidak dapat berkembang dan bahkan gagal.

Tingkat penduduk Bekasi dan DKI Jakarta termasuk tinggi, selain itu tingkat urbanisasi dari daerah lain ke Bekasi bisa dibilang sangat tinggi. Melihat kondisi tersebut, maka dapat dikatakan bahwa ini merupakan peluang yang prospektif bagi bisnis ini, karena calon pasar potensial bukan hanya berasal dari jumlah penduduk tetap Bekasi melainkan juga dari urbanisasi penduduk yang bekerja ke Bekasi.

Tabel berikut ini akan memperlihatkan sensus penduduk Kota Bekasi, penulis memilih data ini karena Bekasi adalah tempat nantinya *Snowy Baby Photo* beroperasi, sehingga penting bagi perusahaan untuk mengetahui tingkat kependudukan warga yang



berada di Kota Bekasi, juga untuk mengetahui jumlah calon konsumen yang nantinya akan dimiliki oleh *Snowy Baby Photo*.

**Tabel 3.5**  
**Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Bekasi, 2010, 2014, dan 2015**  
*Number and Growth of Population by Sub-District in Bekasi Municipality 2010, 2014 and 2015*

Kecamatan	Jumlah Penduduk (orang)		
	2010	2014	2015
(1)	(2)	(3)	(4)
Pondokgede	251.739	282.817	290.493
Jatisampurna	106.101	129.036	135.191
Pondok Melati	131.669	147.674	151.577
Jatiasih	202.693	230.143	237.162
Bantargebang	97.912	112.167	115.718
Mustika Jaya	163.694	214.071	228.608
Bekasi Timur	252.108	258.391	259.27
Rawalumbu	212.811	241.859	249.242
Bekasi Selatan	207.752	221.519	224.491
Bekasi Barat	277.967	293.144	296.302
Medansatria	164.465	178.612	181.87
Bekasi Utara	315.121	353.578	363.316
<b>Jumlah</b>	<b>2,384,032</b>	<b>2,663,011</b>	<b>2,733,240</b>

Sumber/Source : Data Proyeksi BPS Kota Bekasi

**Tabel 3.5** memperlihatkan tentang sensus penduduk yang dilakukan oleh pemerintah Bekasi pada tahun 2010, 2014 dan 2015. Dalam tabel terlihat bahwa jumlah penduduk dari tahun 2010 hingga 2015 meningkat sebesar 349,208 atau sekitar 14,60%. Tren dari pertumbuhan penduduk terlihat positif, sehingga pasar *Snowy Baby Photo* akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk.

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 izin IBIKKG.  
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 dapat dilihat selanjutnya dari **Tabel 3.5** adalah jumlah rumah tangga yang berada di Kota Bekasi. Jumlah penduduk yang ada pada tahun 2010 adalah sebesar 2,384,032 dan pada tahun 2015 berdasarkan sensus penduduk adalah sebanyak 2,733,240, meningkat sebesar 349,208 penduduk. *Snowy Baby Photo* juga bukan hanya melihat dari jumlah penduduk, maka dapat disimpulkan terus bertambahnya penduduk setiap tahunnya, hal tersebut berpengaruh terhadap yang memungkinkan menjadi calon konsumen dari *Snowy Baby Photo*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi undang-undang 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.

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

**Institut Bisnis**

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.