



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Suatu industri berbeda antara satu dan lainnya berdasarkan atas karakteristik ekonomi, situasi persaingan, dan prospek perkembangannya di masa datang. Perubahan berbagai faktor seperti teknologi, ekonomi, pasar dan persaingan akan bergerak mulai dari yang lambat sampai dengan yang cepat. Analisis industri dan pesaing diperlukan untuk mengetahui potensi-potensi besar yang dimiliki, 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 analisis industri pengusaha dapat meminimaliskan kendala dan risiko yang akan muncul dengan mempersiapkan diri untuk menghadapi hal yang terburuk sekalipun.

#### A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Dalam berbisnis seseorang harus dapat menganalisis tren dan pertumbuhan industri terkait untuk melihat kelayakan suatu bisnis. *HaarBild Studio* adalah bisnis yang bergerak di bidang industri *fashion* yang merupakan industri yang cukup stabil karena semua orang akan terus membutuhkan jasa pemotongan rambut.

Hari-hari ini, banyak sekali barber yang beroperasi di Jakarta dengan menawarkan segala macam tema, konsep, dan kualitas dari jasa pemotongan rambut. Hal ini juga didukung dengan adanya perkembangan dari *fashion* gaya rambut dari manca negara yang sudah memasuki kawasan Asia, termasuk Indonesia. Alhasil,



dengan adanya tren gaya rambut baru bagi masyarakat ini, industri *fashion* semakin menawarkan peluang besar bagi para pebisnis.

Untuk melihat sejauh mana suatu industri menarik dan berkembang atau tidak adalah dengan melihat PDB yang dicatat setiap tahunnya. *HaarBild Studio* menjalankan bisnisnya di daerah Jakarta oleh sebab itu data yang akan digunakan adalah data PDRB daerah DKI Jakarta. Data untuk PDRB DKI Jakarta menurut Lapangan Usaha DKI Jakarta dapat dilihat di **Tabel 3.1** berikut :

**Tabel 3.1**  
**Distribusi Persentase Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Triwulanan Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha Tahun 2012-2014 (Persen)**

Lapangan Usaha	Tahun		
	2012	2013	2014
Jasa – jasa swasta	4,90	5,06	5,24

Sumber : <http://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1207>

Pada data di atas dapat dilihat bahwa industri jasa–jasa swasta yang mencakup industri perorangan dan rumah tangga terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa industri swasta perorangan yang akan dilakukan oleh *HaarBild Studio* sebagai barber masih memberikan peluang dan prospek yang baik di masa yang akan datang.

## B. Analisis Pesaing

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.

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 daftar pesaing *HaarBild Studio* :

**1. The Patriot Barbershop**

- Jenis Jasa : *The Patriot Barbershop*
- Produk Unggulan : *Men's Cutting*
- Segmentasi harga : *Middle High*
- Jumlah Outlet : 6
- Lokasi : Bukit Golf Mediterania, Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara
- Alamat Website : [www.thepatriot.id](http://www.thepatriot.id)
- Kontak : (021) 22662364

**2. Gentlemen's Inc Barbershop**

- Jenis Jasa : *Gentlemen's Inc Barbershop*
- Produk Unggulan : *Men's Cutting*
- Segmentasi harga : *Middle High*
- Jumlah Outlet : 2
- Lokasi : Ruko Cordoba H/25 Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara
- Alamat Website : -
- Kontak : 021 5698 3572

**C Analisis PESTEL ( *Political, Economy, Social, Technology, Environment, and Legal* )**

Analisis PESTEL merupakan analisis eksternal yang berada diluar perusahaan yang dapat menjadi peluang agar perusahaan atau bisnis dapat berkembang dan juga dapat menjadi ancaman bagi jalannya bisnis, karena dengan melakukan analisis PESTEL perusahaan dapat mengetahui segala risiko dan juga potensi suatu bisnis yang terkait dengan lingkungan eksternal.

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.



Analisis PESTEL dilakukan untuk dapat lebih mengetahui apa saja faktor

eksternal yang mempengaruhi suatu bisnis agar dapat lebih unggul dalam persaingan dengan pebisnis lainnya dan menjadikan perusahaan menjadi pemimpin pasar.

Menurut David (2013:93), kekuatan eksternal PESTEL dibagi menjadi 6 dan berikut ini juga disertai hasil analisis PESTEL terhadap *HaarBild Studio* yang dilakukan oleh penulis :

### 1. Politic ( Politik )

Berjalannya suatu bisnis sangat dipengaruhi oleh kehidupan politik yang berlaku di mana bisnis itu berjalan. Faktor politik yang erat kaitannya dengan kebijakan pemerintah dapat merepresentasikan peluang atau ancaman bagi sebuah perusahaan. Melihat kondisi politik Indonesia saat ini dapat memberi dampak merugikan pada kegiatan bisnis di Indonesia. Indonesia telah mengalami proses perubahan demokrasi, yang mengakibatkan timbulnya berbagai peristiwa sosial dan politik yang menimbulkan ketidakpastian peta politik di Indonesia. Peristiwa ini secara umum telah menimbulkan ketidakpastian politik, di samping gejolak sosial dan sipil yang tercermin dengan adanya sejumlah kejadian dalam beberapa tahun terakhir.

Namun melihat semua itu, industri barber yang dijalankan ini, menurut penulis tidak terlalu menerima dampak yang signifikan dari politik, berhubung industri ini ialah industri jasa swasta yang masih tergolong usaha kecil. Selain itu, industri barber tidak terlalu berpengaruh terhadap lingkungan politik suatu negara karena tidak ada subsidi yang diberikan kepada usaha barber oleh negara. Kebijakan pemerintah yang dapat memengaruhi jalannya bisnis barber adalah kebijakan perpajakan.

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.



Melihat kondisi politik seperti ini akan menambahkan peluang bagi bisnis

*HaarBild Studio* dikarenakan kurangnya pengaruh dan dampak politik terhadap berjalannya bisnis perusahaan.

**2. Economy (Ekonomi)**

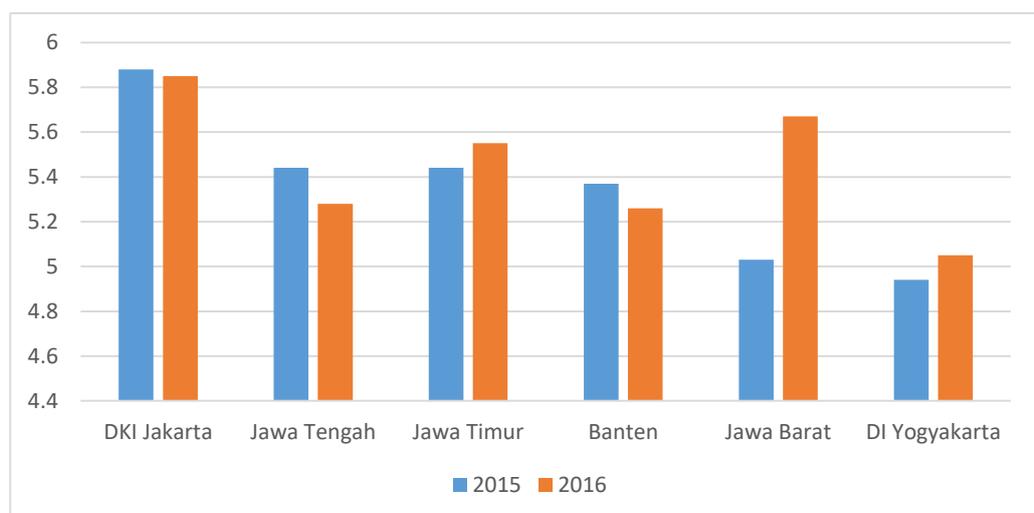
Dari segi ekonomi dapat dipahami bahwa pertumbuhan pasar akan diimbangi dengan peningkatan kekayaan konsumen ataupun bisnis yang diukur dari peningkatan pendapatan mereka. Peluang bisnis terjadi di mana suatu daerah tertentu, para konsumen memiliki tingkat pendapatan yang baik dan terus meningkat dari waktu ke waktu. Tingkat pendapatan akan menjadi tolak ukur daya beli masyarakat yang sangat berpengaruh bagi kelangsungan bisnis.

Menurut laporan lembaga pemerintah Badan Pusat Statistik (BPS) , DKI Jakarta memiliki pertumbuhan yang tertinggi dibandingkan dengan provinsi-provinsi lain di Pulau Jawa. Berikut merupakan **Gambar 3.1** yang menampilkan tingkat pertumbuhan untuk daerah provinsi Pulau Jawa pada tahun 2015 & 2016.

**Gambar 3.1**

**Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Pulau Jawa Tahun 2015 – 2016**

(Dalam persen)



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.



Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa DKI Jakarta menempati posisi tertinggi dalam pertumbuhan ekonomi, yakni mencapai 5,88% pada tahun 2015 dan 5.85% pada tahun 2016. Ini menunjukkan bahwa DKI Jakarta memiliki kawasan dengan kondisi ekonomi yang baik.

Kawasan dengan kondisi ekonomi yang baik memungkinkan para pebisnis membuka lahan usaha dengan skala yang lebih besar dari pada biasanya. Bila dikaitkan dengan industri jasa pemangkas rambut, lazimnya pada kawasan yang kondisi ekonomi biasa-biasa saja, maka yang paling diminati adalah jasa pangkas rambut yang menawarkan jasa dengan harga yang murah. Namun pada kawasan dengan kondisi ekonomi yang lebih baik, konsumen cenderung akan memilih jasa pangkas rambut yang berkelas lebih seperti barber / salon.

Ini sebabnya bahwa ada peluang besar bagi *HaarBild Studio* untuk membuka dan menjalankan bisnisnya yang bertempat di Pantai Indah Kapuk (PIK), Jakarta Utara. Di satu sisi *HaarBild Studio* menawarkan harga jasa yang cukup tinggi namun sangat disesuaikan dengan layanan yang diberikan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 3. Social (Sosial)

Dalam ranah sosial, salah satu unsur penting yang menjadi faktor sosial ialah gaya hidup dan tren yang sedang terjadi di masyarakat. Bagi masyarakat yang berdomisili di kawasan dengan kondisi ekonomi tinggi, tren dan gaya hidup cenderung banyak diadopsi dari budaya luar negeri.

Budaya yang sangat signifikan memengaruhi masyarakat Jakarta ialah mengenai budaya *fashion*. Masyarakat di kota-kota besar sangat memperhatikan nilai *fashion* yang mereka miliki, dimulai dari *fashion* berpakaian, tata rias,

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.



hingga *fashion* rambut / *hairstyle*. Dalam konteks ini, *HaarBild Studio* bermain di ruang lingkup *fashion* rambut dan juga tata rias. Melihat perkembangan gaya hidup dan tren di kehidupan sosial Jakarta yang terus berkembang, bisnis ini menjadi suatu bisnis yang memiliki prospek tinggi ke depannya.

#### **4. Technology (Teknologi)**

Perubahan yang paling dirasakan seiring perkembangan zaman ialah perkembangan teknologi. Terutama bagi masyarakat modern, teknologi saat ini menjadi aspek kehidupan yang sangat penting. Setiap masyarakat modern pasti hidup menggunakan teknologi dan kebutuhan setiap mereka selalu dipenuhi terus-menerus dengan perkembangan teknologi.

Melihat minat masyarakat akan pentingnya teknologi, *HaarBild Studio* akan menawarkan suatu layanan khusus yang belum ditawarkan oleh barber-barber yang sudah ada sebelumnya, yakni ialah jasa pemotretan yang foto-foto hasil pemotongan rambut konsumen akan diunggah dalam media sosial, seperti *Instagram*. Hal ini akan menjadi sesuatu yang *viral* dalam dunia para *netizen*.

Dalam hal lingkup teknologi ini, menjadikan bisnis *HaarBild Studio* memiliki peluang lebih melihat tingkat kesadaran masyarakat akan teknologi serta perkembangannya.

#### **5. Legal (Hukum)**

Seluruh pebisnis di manapun harus mengikuti dan menaati setiap hukum dan kebijakan negara. Setiap proses bisnis yang dijalankan harus memperhatikan kebijakan yang sudah ada, karena bila melanggar akan mendapatkan sanksi atau hukuman legal dari negara.

Bagi industri jasa kebanyakan, hal yang sering diperhatikan legalitasnya ialah pengguna peralatan dan perlengkapan yang diperbolehkan dan yang tidak

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.



diperbolehkan. Dalam hal ini *HaarBild Studio* mengikuti setiap peraturan hukumnya. Oleh karena itu, ini menjadi peluang juga bagi perusahaan ini dalam menjalankan bisnis.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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 mutu produk yang sehat dan berkualitas. Untuk daerah Kota Jakarta, masyarakat sudah menjadi masyarakat yang hidup dengan gaya *metropolitan*. Mereka sangat signifikan dalam menilai kualitas dan keindahan suasana di mana bisnis beroperasi.

*HaarBild Studio* memiliki desain bangunan yang rapi dengan tampilan yang berkelas. Bagian interior barber akan didesain mengikuti gaya hidup yang sesuai dengan lingkungan konsumen setempat. Ini sangat cocok dengan gaya hidup masyarakat Jakarta. Oleh karena itu, ini menjadi peluang yang baik bagi *HaarBild Studio*.

**D Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter ( Porter Five Forces Business Model )**

Untuk memperkirakan jumlah permintaan di masa yang akan datang dibutuhkan sesuatu yang disebut ramalan industri. Ramalan industri ini dilakukan dengan mengantisipasi perubahan permintaan di masa depan. Dari hasil ramalan berdasarkan data yang lengkap dan akurat maka hasil ramalan yang mendekati ketepatan dengan kondisi masa depan akan mendorong usaha tersebut agar dapat menguasai pasar dengan lebih mudah dan percaya diri.

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.



Menurut David (2013:106) *Porter's Five-Forces Model* adalah model

analisis kompetitif yang sering digunakan dalam mengembangkan strategi dari banyak industri. Dalam menganalisis seseorang harus mengidentifikasi lima kekuatan yang menentukan daya tarik jangka panjang sebuah pasar atau segmen pasar, yaitu persaingan sejenis di dalam industri, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan dari produk substitusi, daya tawar pemasok, dan daya tawar pembeli. Berikut adalah analisis *Porter's Five-Forces Model* dari *HaarBild Studio* :

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

**Gambar 3.2**

***Porter's Five-Forces Model***



Sumber: David (2013:106)



## 1. Persaingan antar perusahaan yang bersaing dalam industri yang sama

Tekanan yang paling besar dari kelima kekuatan di kebanyakan industri adalah persaingan yang ada di antara perusahaan-perusahaan. Persaingan antar perusahaan ini terjadi ketika mereka menawarkan suatu produk atau jasa yang sejenis. Dengan munculnya persaingan yang kompetitif ini, maka setiap perusahaan harus berupaya untuk menawarkan keunggulan masing-masing yang tidak ditemukan oleh pesaing lainnya.

Umumnya, suatu industri akan lebih menarik jika terdapat kondisi sebagai berikut:

- a. Jumlah pesaing sedikit
- b. Industri terkait tumbuh dengan cepat
- c. Para pesaing memiliki ukuran dan kemampuan yang berbeda
- d. Ada peluang untuk menjual suatu produk atau jasa yang terdiferensiasi

Dalam menjalankan bisnisnya, *HaarBild Studio* akan bersaing dengan beberapa barber yang sudah beroperasi di Jakarta Utara dan sudah cukup dikenali oleh masyarakat, yaitu barber *The Patriot* dan *Gentlemen's Inc.* Tingkat persaingan dalam industri ini cukup tinggi karena barber-barber tersebut (pesaing) memiliki keunggulannya masing-masing dan banyak digemari oleh masyarakat setempat.

Barber *The Patriot* memiliki keunggulan dari pelayanan yang cepat dan hasil potongan rambut yang baik. Lokasi dari barber *The Patriot* juga sangat strategis dimana lokasinya dekat dengan pemukiman warga Jakarta Utara bagian Pantai Indah Kapuk (PIK). Bisa dibayangkan letak dari barber *The Patriot* berada di pusat keramaian daerah PIK khusus saat malam hari. Dari segi harga, *The Patriot*

### © 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.



menawarkan harga yang cukup tinggi berkisar Rp. 80.000,- ke atas untuk layanan jasa pemotongan. Saat ini *The Patriot* memiliki cabang barber sebanyak 6 outlet. *The Patriot* juga memiliki website resmi milik pribadi yang memberikan informasi yang baik mengenai layanan mereka.

*Gentlemen's Inc* memiliki keunggulan dari tingkat kualitas pelayanan konsumennya. *Gentlemen's Inc* sudah memiliki cabang hingga 9 outlet yang tersebar di beberapa daerah Indonesia, yang terbanyak ada di daerah Jakarta. Dari segi pelayanan konsumen, *Gentlemen's Inc* memberikan informasi yang sangat baik melalui dunia maya, yakni lewat akun – akun sosial.

## 2. Daya tawar dari para pembeli

*Barber* pada umumnya memberikan layanan pangkas rambut sebagai jasa utamanya ditambah dengan penawaran produk-produk perawatan rambut. Dalam hal ini, *HaarBild Studio* menawarkan beberapa inovasi berbeda yang dipercaya akan menambah daya tarik konsumen.

Pertama, *HaarBild Studio* akan memberikan layanan pemotretan foto yang ditunjang dengan sistem teknologi informasi sebagai tempat penyimpanan data *member* dari *HaarBild Studio*. Layanan ini akan memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin merekam hasil potongan rambut mereka secara berkala, yang ke depannya dapat digunakan sebagai perbandingan untuk model rambut yang berikutnya.

Kedua, *HaarBild Studio* akan membuka layanan jasa salon bagi wanita. Jika selama ini barber identik hanya dengan kaum pria, kali ini *HaarBild Studio* juga menawarkan jasa bagi kaum wanita. Oleh karena itu, *HaarBild Studio* lebih cocok dikatakan sebagai jasa *hairdressing studio*. Beberapa inovasi layanan

### © 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.



untuk kaum wanita adalah layanan potong rambut biasa, mewarnai rambut dengan berbagai macam gaya, dan juga *make up & hairdo artist*.

Dari semua inovasi ini, kembali lagi yang terpenting yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen ialah tingkat kualitas dan keterampilan dari tenaga *hairdresser*. Pelanggan akan menilai suatu barber apakah baik atau tidak itu dilihat dari hasil jasa yang diberikan. Oleh sebab itu, *HaarBild Studio* akan berkomitmen untuk menjaga dan terus meningkatkan cita keterampilan.

### 3. Daya tawar dari pemasok

Berkaitan dengan industri jasa pangkas rambut, pengaruh pemasok akan berjalannya bisnis tidak begitu signifikan. *HaarBild Studio* mencari pemasok untuk alat-alat yang salon/barber dan juga untuk perlengkapan produk seperti pewarna rambut, *pomade*, *gel*, dan lain sebagainya.

Kedepannya *HaarBild Studio* akan bekerja sama dengan pemasok alat-alat barber/salon agar mengeluarkan peralatan dengan *brand* “*HaarBild*” sendiri. Peralatan yang menampilkan *brand HaarBild Studio* akan meningkatkan nilai jual jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Untuk itu, *HaarBild Studio* perlu menjalin hubungan baik dengan pemasok alat-alat barber.

### 4. Ancaman dari pesaing baru yang memasuki industri yang sama

Semakin besar kumpulan calon pemain baru dalam suatu industri, semakin besar pula ancamannya bagi perusahaan yang telah ada dalam suatu industri tersebut. Maka dari itu, *HaarBild Studio* harus mengembangkan *service knowledge* yang luas tentang *fashion* rambut dengan inovasi-inovasi.

Dalam mengantisipasi ancaman pesaing baru, *HaarBild Studio* memiliki



cita-cita untuk menjadi *trend setter* bagi dunia *fashion* rambut. Dengan begitu pesaing baru sulit untuk memasuki industri sejenis dan mengimbangi pesaing yang sudah ada sehingga ini dapat dijadikan peluang tersendiri bagi *HaarBild Studio*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 5. Ancaman dari produk substitusi (pengganti)

Produk substitusi dapat menjadi ancaman yang kuat apabila produk dan atau jasa tersebut dapat menjadi alternatif secara penuh bagi konsumen. Produk pengganti biasanya muncul karena jasa utama memiliki harga yang mahal sehingga banyak orang yang mencoba untuk membuat jasa pengganti.

Ancaman bagi *HaarBild Studio* adalah jasa pangkas rambut yang sejenis dengan harga yang lebih murah, misalnya tempat pangkas rambut biasa. Kemudian juga yang menjadi jasa pengganti ialah barber yang menawarkan jasa sama dengan harga yang lebih murah. Oleh karena itu, *HaarBild Studio* akan berupaya sebaik mungkin untuk membuat konsumen merasakan nilai tambah yang diimbangi dengan penawaran harga yang lebih tinggi. Dengan begitu, konsumen tidak akan kecewa dan akan merasa puas dengan pelayanan jasa *HaarBild Studio*.

#### 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:

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.



Gambar 3.3

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: Kotler dan Keller (2012:332)

Menurut Kotler dan Keller (2012:332) sebuah produk memiliki siklus hidup, yang berarti mengatakan tentang empat hal berikut:

1. Produk mempunyai usia yang terbatas. Dimana jika produk mencapai usia dewasanya, perlu dilakukan pengembangan untuk mendaur ulang siklus hidup produk.
2. Penjualan produk melalui tahap-tahap berbeda, setiap tahap mempunyai tantangan, peluang, dan masalah berbeda bagi penjual.
3. Laba naik dan turun pada berbagai tahap siklus hidup produk.
4. Produk memerlukan strategi pemasaran, keuangan, manufaktur, pembelian, dan sumber daya manusia yang berbeda dalam setiap tahap siklus produk.

Siklus hidup produk umumnya dapat digambarkan ke dalam kurva siklus hidup produk. Kurva tersebut menggambarkan tahapan-tahapan dalam produk yang terdiri atas empat tahap. Keempat tahapan tersebut meliputi tahap pengenalan produk

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.



(*Introduction*), tahap pertumbuhan produk (*Growth*), tahap kedewasaan produk (*Maturity*), dan tahap penurunan produk (*Decline*).



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. Tahap Pengenalan (*Introduction*) Jasa

Tahap ini merupakan tahap pertama dimana jasa baru diperkenalkan kepada calon konsumen. Dikarenakan masih awal, maka periode untuk pertumbuhan penjualan masih lambat. Hal ini disebabkan karena calon konsumen belum memiliki kesadaran merek dan jasa. Untuk menyelesaikan hambatan ini maka perusahaan harus gencar dalam melakukan kegiatan pemasaran guna meningkatkan kesadaran merek pada konsumen.

### 2. Tahap Pertumbuhan (*Growth*) Jasa

Pada tahap ini, produk telah dikenal dan diharapkan telah diterima oleh konsumen. Di sini terjadi penerimaan pasar yang cepat dan peningkatan laba yang substansial. Perusahaan mendapatkan laba yang tinggi akibat permintaan yang tinggi. Namun, di samping itu, persaingan mulai masuk karena sangat terbukanya ruang untuk masuk dan bersaing dengan jasa sejenis.

### 3. Tahap Kedewasaan (*Maturity*) Jasa

Pada tahap kedewasaan produk, terjadi pertumbuhan penjualan karena yang konstan produk telah diterima oleh sebagian besar pembeli potensial dan persaingan semakin meningkat. Laba cenderung stabil bahkan ada potensi menurun. Untuk menghindari tahap penurunan (*Decline*) diperlukan strategi yaitu modifikasi produk, modifikasi pasar, dan modifikasi program pemasaran.

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. Tahap Penurunan (*Decline*) Jasa

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pada tahap ini terjadi penurunan penjualan dikarenakan beberapa alasan, yaitu kemajuan teknologi, perubahan selera konsumen, dan peningkatan persaingan domestik dan luar negeri. Dengan terjadinya penurunan penjualan, beberapa perusahaan akhirnya menarik diri dari pasar dan perusahaan yang tersisa mungkin mengurangi jumlah jenis jasa yang ditawarkan karena sedikitnya permintaan.

Untuk menghadapi tahap ini, perusahaan harus menetapkan sistem untuk mengidentifikasi jasa yang kurang laku melalui beberapa departemen serta melakukan strategi untuk pemasaran dan pengembangan jasa.

Pada siklus hidup jasa, posisi usaha *HaarBild Studio* masih berada pada tahap pengenalan jasa. Jenis pelayanan jasa yang ditawarkan *HaarBild Studio* sama seperti barber lainnya sehingga perlu pemasaran serta inovasi yang lebih untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai jasa barber yang membedakan *HaarBild Studio* dengan pesaing lainnya.

#### F. Analisis Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix / CPM*)

Menurut David (2013:113), "*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm's major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm's strategic position*". 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 mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki, serta menganalisis faktor-faktor kunci sukses serta membandingkan terhadap usaha / pesaing yang sejenis.

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.



Profil Kompetitif Matriks 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 termasuk usaha jasa yang dimiliki penulis dan juga pesaing lain untuk memudahkan analisis komparatif. Dalam CPM, analisis dilakukan secara keseluruhan, baik itu faktor eksternal maupun faktor internal.

### 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 belum cukup baik.

### 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 faktor kritis atau kunci sukses pada para pesaing.

Ada beberapa poin penting terkait dengan *rating* di CPM:

- a. Peringkat diterapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada usaha jasa sejenis.
- b. Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini

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.



merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan jasa.

- C** Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- c. Tanggapan rata-rata diwakili oleh angka 2,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan jasa.
  - d. Tanggapan di atas rata-rata diwakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan jasa.
  - e. Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan jasa adalah unggul diwakili oleh 4.0

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 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*

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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.

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.



Di bawah ini penulis akan membuat tabel menjelaskan lebih *detail* lagi

mengenai *Competitive Profile Matrix* dimana *HaarBild Studio* dibandingkan dengan dua pesaing lainnya, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

***Competitive Profile Matrix***

<i>Critical Success Factor</i>	Bobot	<i>HaarBild Studio (Rencana)</i>		<i>The Patriot</i>		<i>Gentlemen's Inc</i>	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Keahlian Pekerja	0.20	4	0,80	4	0,80	3	0,60
Kualitas Layanan	0.18	4	0,72	3	0,54	3	0,54
Harga Bersaing	0.19	2	0,38	2	0,38	3	0,57
Lokasi Strategis	0.08	4	0,32	4	0,32	3	0,24
Deorasi Barber	0.10	3	0,30	2	0,20	3	0,30
Variasi Jasa	0.11	4	0,44	3	0,33	3	0,33
Cara Promosi	0.14	4	0,56	3	0,42	3	0,42
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>	<b>3,52</b>		<b>2,99</b>		<b>3</b>	

Sumber: *HaarBild Studio*

Tabel *Competitive Profil Matrix (CPM)* di atas terdiri dari beberapa faktor.

Setiap faktor kunci yang ada diberikan sejumlah nilai bobot (*weight*), di mana semakin besarnya nilai ini menunjukkan bahwa semakin besar juga pengaruhnya.

Total nilai dari seluruh pembobotan harus berjumlah 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. Berikut adalah penjelasan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKI (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.



mengenai posisi dan pesaing *HaarBild Studio* berdasarkan **Tabel 3.2**, sebagai berikut:

berikut:

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. Keahlian Pekerja

Keterampilan ahli berbicara mengenai keterampilan tenaga kerja dalam mengerjakan profesinya. Dalam analisis CPM untuk industri barber, keterampilan ahli menjadi faktor kesuksesan terpenting karena inilah yang menjadi jasa utama yang ditawarkan oleh barber, yaitu keterampilan menata rambut.

Pada poin keterampilan ini, penulis memberi *rating* tinggi kepada *HaarBild Studio* yaitu sebesar 4 poin, Penulis menetapkan barbernya sebagai barber yang menjunjung tinggi kualitas pemotongan, dan oleh karena itu penulis mempersiapkan sebaik mungkin tenaga – tenaga terampil yang akan melayani konsumen. Begitu juga dengan pesaing *The Patriot* dengan *rating* yang sama yaitu 4 dikarenakan penilaian penulis yang baik terhadap keterampilan tenaga ahli mereka. Sedangkan *Gentlemen's Inc* mendapat *rating* 3 untuk keterampilan ahli barber.

## 2. Kualitas Layanan

Kualitas jasa berbicara mengenai kualitas yang dirasakan oleh konsumen dari pelayanan-pelayanan yang diberikan barber diluar layanan jasa pemotongan. Bisa dibilang seperti kualitas yang dilihat dari sisi selain hasil pemotongan rambut. Misalnya, kualitas peralatan dan perlengkapan yang digunakan, kebersihan barber, kualitas kenyamanan saat melakukan proses pemotongan, hingga inovasi-inovasi jasa lainnya. Dalam bobot analisis, kualitas jasa termasuk faktor kesuksesan penting yang menjadi nilai signifikan perbandingan antar pesaing.

Dalam hal ini, *HaarBild Studio* menawarkan beberapa kualitas jasa yang sangat baik seperti pemakaian peralatan dan perlengkapan *premium*, penampilan

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.



dan kebersihan *hairdresser* yang sangat baik dan pemotretan hasil potongan konsumen. Oleh karena itu penulis memberikan *rating* 4 terhadap kualitas jasa *HaarBild Studio*, sedangkan bagi *The Patriot* dan *Gentlemen's Inc* masing-masing diberi *rating* 3 karena memiliki kualitas jasa serupa namun tidak selengkap *HaarBild Studio*.

### 3. Harga Bersaing

Harga menjadi faktor kesuksesan kedua tertinggi setelah keterampilan ahli. Harga adalah hal yang dilihat oleh konsumen sebelum membeli suatu jasa. Jika harga yang tidak sesuai dengan kemampuan konsumen maka jasa yang dijual akan susah untuk bersaing di dalam pasar. Semakin tinggi *rating*, menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan lebih bersaing atau lebih murah dari pesaingnya.

*Rating* dari *HaarBild Studio* menempatin urutan terendah dibanding kebanyakan pesaing yaitu 2. *HaarBild Studio* memang menawarkan harga yang lebih tinggi dari harga rata-rata jasa sejenis. Harga tinggi yang ditawarkan ini telah disesuaikan dengan keterampilan dan kualitas jasa yang diberikan. Selain itu disesuaikan dengan tingkat daya beli masyarakat setempat di daerah Pantai Indah Kapuk yang tergolong kawasan masyarakat golongan atas.

*The Patriot* juga memiliki *rating* rendah dengan skor 2 karena juga menawarkan harga yang lebih tinggi dari rata-rata, sedangkan *Gentlemen's Inc* memiliki skor tertinggi di antara subjek pesaing analisis CPM, yakni sebesar 3, yang berarti *Gentlemen's Inc* memang menawarkan harga jasa yang lebih murah daripada *HaarBild Studio* dan *The Patriot*.

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



#### 4. Lokasi Strategis

Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau menjadi faktor yang menentukan keberlangsungan hidup dari suatu usaha. Lokasi yang strategis diharapkan dapat mendatangkan konsumen lebih banyak. Semakin tinggi *rating* untuk lokasi, menunjukkan usaha tersebut memiliki lokasi yang sangat strategis.

*Rating* untuk *HaarBild Studio* sebesar 4 karena lokasi barber sangat strategis, dekat dengan pusat keramaian daerah Pantai Indah Kapuk. Dengan lokasi yang strategis ini, dapat diprediksikan akan meningkatkan penjualan *HaarBild Studio*. Begitu juga dengan *The Patriot* yang memiliki lokasi strategis dan sesuai dengan kelas bisnisnya, tepatnya di Bukit Gold Mediterania, Pantai Indah Kapuk. *Gentlemen's Inc* memiliki *rating* lokasi 3 karena lokasi dimana mereka beroperasi kurang strategis dan tidak seramai lokasi *HaarBild Studio* dan *The Patriot*.

#### 5. Dekorasi Barber

Dekorasi barber menggambarkan citra diri dari barber tersebut. Misalnya, barber dengan suasana elegan namun santai, akan melayani konsumen dengan gaya serupa. Barber dengan dekorasi *glamour* juga akan melayani dengan gaya serupa. Penilaian kualitas barber juga dilihat oleh konsumen dari segi dekorasi interior barber tersebut.

Dari hasil analisis, *HaarBild Studio* membuat dekorasi interior barber dengan suasana urban yang mengarah ke tren anak muda dari barat. Desain interior juga disesuaikan dengan penampilan *hairdresser* yang tidak kaku dan

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



sangat modis. Selain itu, barber juga dilengkapi dengan *TV* dan *home theater* yang akan memainkan lagu-lagu tren saat ini. Hal tersebut akan menambah keunikan dan rasa yang berbeda saat konsumen datang ke *HaarBild Studio*. Oleh karena itu, *HaarBild* memiliki skor 3.

*The Patriot* memiliki skor 2 karena dekorasi yang sedikit lebih kaku untuk ukuran barber dan *Gentlemen's Inc* memiliki dekorasi yang rapi dan elegan sehingga diberi skor 3.

## 6. Variasi Jasa

Variasi jasa menunjukkan seberapa banyak layanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang memenuhi kebutuhan masyarakat. Semakin tinggi *rating* variasi jasa, semakin banyak layanan jasa yang ditawarkan.

Dalam hal variasi jasa, *HaarBild Studio* menduduki skor tertinggi yaitu 4, dibandingkan dengan *The Patriot* dan *Gentlemen's Inc* dengan skor 3. Hal ini disebabkan *HaarBild Studio* memiliki lebih banyak layanan yang ditawarkan. Beberapa layanan tambahan antara lain, layanan *trimming* alis, *hair tattoo*, *hair coloring*, *special hair design*, dan juga layanan bagi kaum wanita.

## 7. Cara Promosi

Pemasaran dilakukan bertujuan untuk mengenalkan produk agar konsumen mengetahui produk yang dijual serta lokasi usaha. Saat ini perkembangan zaman membawa pemasaran mendominasi di rana media sosial. Bagi industri barber, kebanyakan mereka melakukan promosi lewat website, facebook dan instagram. Itu yang lazim dilakukan, sama dengan yang dilakukan

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



oleh *The Patriot* dan juga *Gentlemen's Inc.* Oleh karena itu, mereka diberi *rating* masing-masing sebesar 3 poin.

Namun, *HaarBild Studio* akan memberikan metode pemasaran sejenis tetapi dengan strategi yang berbeda. *HaarBild Studio* akan menyentuh sarana pemasaran lewat facebook maupun instagram, *HaarBild Studio* akan memperbanyak *posting* dengan video proses pemotongan rambut. Video dapat menarik lebih banyak perhatian *netizen* dan sekaligus mereka dapat melihat sendiri kualitas proses pemotongan oleh tenaga sang *hairdresser*. Oleh karena itu, *HaarBild Studio* memiliki skor tertinggi untuk pemasaran, yaitu 4.

Dalam analisis yang dilakukan dan dibandingkan melalui ketujuh faktor diatas, *HaarBild Studio* memiliki total skor tertinggi dibandingkan dengan dua pesaingnya. Dapat dikatakan bahwa *HaarBild Studio* sangat layak untuk dijalankan karena memiliki kekuatan dalam menjalankan bisnis barber dan dianggap mampu bersaing hingga memenangkan persaingan.

## G Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:79) “ Analisis SWOT merupakan evaluasi menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) sebuah perusahaan. Mengelola fungsi pemasaran biasa dimulai dengan menganalisis situasi perusahaan secara lengkap. Maka dari itu analisis SWOT ini diperlukan.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam penggunaan analisis SWOT adalah dengan melakukan analisis dan diagnosis lingkungan baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal organisasi. Analisis lingkungan merupakan suatu

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.



proses monitoring yang dilakukan oleh penyusun strategi terkait sektor-sektor lingkungan untuk menentukan kesempatan-kegiatan (peluang) dan ancaman-ancaman bagi perusahaan, sedangkan diagnosa lingkungan berisi tentang keputusan manajerial yang dibutuhkan dengan cara menilai signifikan data kesempatan dan ancaman dari analisa lingkungan.

Kotler dan Armstrong (2016:79) juga menjelaskan mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kekuatan (*strengths*) termasuk dalam kemampuan internal, sumber daya, dan faktor-faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggan dan mencapai tujuannya. Kelemahan termasuk dalam batasan internal dan faktor-faktor situasional negatif yang dapat mengganggu kinerja perusahaan. Peluang adalah faktor-faktor yang menguntungkan atau tren di lingkungan eksternal yang dapat dimanfaatkan perusahaan sebagai keuntungan. Ancaman adalah faktor-faktor eksternal yang tidak menguntungkan atau tren yang menjadi tantangan untuk kinerja.

Perusahaan harus menganalisis pasar dan pemasaran lingkungan untuk menemukan peluang yang menarik dan mengidentifikasi ancaman. Tujuannya adalah untuk mencocokkan kekuatan dengan peluang perusahaan, serta secara bersamaan menghilangkan atau mengatasi kelemahan dan ancaman.

Berikut adalah analisis SWOT dari *HaarBild Studio*.

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. *Strengths* dari *HaarBild Studio* adalah :

a. Suasana yang nyaman dengan peralatan lengkap.

Nuansa *fashion* barber/salon identik dengan gaya *urban* yang berasal dari tren

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.



‘orang barat’. Dengan desain ruangan yang modis ini, konsumen akan merasakan suasana yang berbeda saat menghampiri *HaarBild Studio* dibanding ke tempat lainnya. Dari sini, tingkat *brand awareness* konsumen akan meningkat. Ruangan juga diperlengkapi dengan berbagai fasilitas, termasuk AC, *wi-fi*, televisi, *home theater*, dan sofa yang nyaman. Kebanyakan dari konsumen akan sering kali menunggu giliran potong rambut. Fasilitas – fasilitas ini akan mengurangi rasa kebosanan konsumen saat menunggu gilirannya. Di samping itu segala peralatan yang digunakan dalam pemrosesan jasa sangat lengkap, dari kursi barber, mesin cukur, *razor blade*, gunting rambut, dan segala lainnya.

b. *HaarBild Studio* memiliki lokasi yang sangat strategis.

Tepatnya berada di kawasan Boulevard Pantai Indah Kapuk, yang berdekatan dengan pusat keramaian malam *Food Plaza* disana. Seperti yang kita ketahui Pantai Indah Kapuk ialah kawasan elit di Jakarta Utara. Penduduk di sana mayoritas ialah penduduk kelas menengah keatas dengan tingkat daya beli yang sangat tinggi. Penduduk akan dengan mudah melihat lokasi *HaarBild Studio*. Selain itu, lokasi *HaarBild Studio* memiliki tempat parkir yang cukup untuk para pelanggan yang berkunjung.

c. *Hairdresser* yang berkeahlian profesional.

*HaarBild Studio* akan mempekerjakan karyawan-karyawan yang sudah terlatih dengan keahlian-keahlian khusus. Misalnya, semua *hairdresser* wajib terampil dalam memotong rambut sebagai modal utama. Kemudian setiap dari mereka memiliki keahlian khusus yang berbeda-beda. Ada yang terampil dalam *hairdesign* / mencukur rambut dengan ukiran-ukiran, ada yang terampil dalam *haircoloring* / mencat rambut, ada yang terampil dalam *hair*

© 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.



*tattoo*, ada yang terampil dalam gaya rambut wanita, dan ada yang terampil dalam *make up & hairdo artist*. Konsumen juga akan diinfokan mengenai keterampilan masing-masing *hairdresser*. Kelebihan ini bermanfaat menambah nilai jual *HaarBild Studio* terhadap konsumen.

- d. Diferensiasi layanan jasa yang variatif.

*HaarBild Studio* menawarkan beberapa layanan jasa yang belum ditemukan oleh barber pesaing. Contohnya seperti layanan *eyebrows trimming* untuk pria dan wanita, layanan potong rambut untuk wanita, *hairdying* untuk pria dan wanita, hingga *makeup & hairdo artist*.

- e. *Photoshoot by HaarBild*.

Layanan jasa fotografi menjadi keunikan tersendiri yang menggambarkan *HaarBild Studio*. Setiap pelanggan yang sudah dipotong rambutnya berhak mendapatkan layanan fotografi dari banyak sisi. Foto yang sudah diambil dapat disimpan oleh konsumen ke dalam akun pribadi *HaarBild* mereka. Layanan ini juga memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin mempertimbangkan hasil-hasil potongan yang sudah pernah dicoba. Melalui foto-foto ini, *HaarBild* juga membantu konsumen dalam merekayasa gaya potongan rambut selanjutnya yang ingin dicoba.

- f. Gaya penampilan *hairdresser* yang berkelas.

Penampilan dari karyawan sangat menunjang penilaian konsumen akan layanan yang diterimanya. Setiap *hairdresser* dilengkapi dengan celemek khusus berlogo *HaarBild Studio* dan juga sarung tangan *nitrile* hitam untuk menjaga kebersihan saat memotong rambut. Penampilan *fashion* dari *hairdresser* harus berbeda dengan biasanya. Mereka harus memiliki gaya yang modis sehingga itu dapat meningkatkan perhatian konsumen dan

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

pandangannya akan kualitas *HaarBild Studio*. Contoh dari celemek dan sarung tangan *nitrile* akan ditunjukkan pada **Gambar 3.4** berikut ini.

**Gambar 3.4**

**Sampel Celemek & Sarung Tangan *HaarBild Studio***



- g. Memfasilitasi layanan *hair consultant*.

*HaarBild Studio* akan menyediakan karyawan khusus setiap harinya yang bertugas sebagai *hair consultant*. Manfaat yang didapati konsumen dari fasilitas ini ialah mereka dapat berkonsultasi dengan *hair consultant* mengenai hal apapun yang berkaitan dengan rambut. Konsumen dapat mendapatkan informasi mengenai perawatan rambut yang sehat, pengenalan gaya rambut, pengenalan produk rambut, dan lain sebagainya.

- h. Memiliki tenaga sistem informasi serta promosi *online* yang baik.

Tenaga kerja ini akan ditugaskan khusus untuk mengelola promosi lewat media sosial, dan *website*. Promosi yang dilakukan *HaarBild Studio* lewat media sosial akan didesain sebaik mungkin yang relevan dengan tren anak muda khususnya yang bergaya metropolitan. Ini didukung juga dengan layanan jasa pemotretan yang hasil fotonya akan menjadi konten dalam pemasaran lewat media sosial maupun *website*.

**© 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.



2. *Weakness* (W) yaitu analisis kelemahan, yang merupakan kegiatan-kegiatan perusahaan yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan tetapi tidak dimiliki oleh perusahaan. Berikut kelemahan dari *HaarBild Studio* adalah:
- Modal dana usaha dan dana untuk *maintaining cost* barber yang besar.  
Modal besar ini dikarenakan *HaarBild Studio* ingin menjaga kualitas dari segi peralatan dan juga perlengkapan. Ditambah juga dengan biaya awal serta biaya *maintaining* untuk *website*.
  - Tenaga kerja *hairdresser* yang baik sangat sulit dicari, sehingga penulis berupaya untuk sekolah pemotongan rambut terlebih dahulu dan mencari rekan yang berkompetensi.
  - Harga layanan jasa yang ditawarkan *HaarBild Studio* melebihi rata-rata harga barber pada umumnya. Namun, harga yang ditawarkan ini sesuai dengan pelayanan yang diberikan dan juga sesuai dengan daya beli masyarakat yang menjadi target konsumen setempat.
  - HaarBild Studio* adalah barber baru yang belum memiliki reputasi dan popularitas yang baik.
  - HaarBild Studio* belum memiliki cabang sehingga hanya masyarakat setempat yang memiliki akses terdekat ke barber.
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. Berikut peluang yang dimiliki *HaarBild Studio* antara lain:

**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**

- 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.



- a. Berkembangnya gaya hidup masyarakat yang mengikuti perkembangan *fashion* rambut.
  - b. Inovasi dari segi layanan jasa yang ditawarkan *HaarBild Studio* belum ditemukan di Indonesia.
  - c. Tingginya penggunaan media sosial di masyarakat *netizen*.
  - d. Daya beli masyarakat yang terus meningkat.
  - e. Industri barber di DKI Jakarta mengalami kenaikan signifikan pada setiap tahunnya.
  - f. Dunia media sosial yang sangat dinamis dalam penyebaran informasi lewat *internet*.
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. Berikut ancaman yang dihadapi oleh *HaarBild Studio*:
- a. Beralihnya konsumen ke jasa substitusi dengan harga yang lebih murah.
  - b. Ketidakpastian tingkat keterampilan tenaga ahli yang dinilai oleh konsumen.
  - c. Para pesaing yang ada dengan jasa sejenis adalah pemain lama yang memiliki pengalaman lebih banyak dalam bisnis barber.
  - d. Potensi adanya pesaing yang meniru inovasi jasa.

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



Menurut David (2013:259) “ *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* “. (Matriks SWOT adalah alat pencocokan yang penting untuk membantu manajer dalam mengembangkan empat jenis strategis antara lain, strategi SO (*strengths-opportunities*), strategi WO (*weakness-opportunities*), strategi ST (*strengths-threats*), dan strategi WT (*weakness-threats*). Berikut **Tabel 3.3** mengenai Matriks 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.



Tabel 3.3

Rencana SWOT Matrix HaarBild Studio

<p><b>Internal</b></p>	<p><b>Strengths (Kekuatan)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Suasana nyaman dengan peralatan yang lengkap. (S1)</li> <li>2. Lokasi yang strategis. (S2)</li> <li>3. <i>Hairdresser</i> yang berkeahlian profesional. (S3)</li> <li>4. Diferensiasi layanan jasa yang variatif. (S4)</li> <li>5. <i>Photoshoot by HaarBild</i>. (S5)</li> <li>6. Gaya penampilan <i>hairdresser</i> yang berkelas. (S6)</li> <li>7. Fasilitas <i>hair consultant</i>. (S7)</li> <li>8. Memiliki tenaga sistem informasi serta promosi <i>online</i> yang baik. (S8)</li> </ol>	<p><b>Weaknesses (Kelemahan)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modal dan <i>maintaining cost</i> yang besar. (W1)</li> <li>2. <i>Hairdresser</i> yang baik sulit dicari. (W2)</li> <li>3. Harga jasa yang lebih tinggi daripada rata-rata. (W3)</li> <li>4. Barber baru yang belum bereputasi baik. (W4)</li> <li>5. Belum memiliki cabang. (W5)</li> </ol>
	<p><b>Opportunities (Peluang)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berkembangnya <i>fashion</i> rambut di masyarakat. (O1)</li> <li>2. Inovasi jasa <i>HaarBild Studio</i> belum ditemukan di Indonesia. (O2)</li> <li>3. Tingginya tingkat penggunaan media sosial di masyarakat <i>netizen</i>. (O3)</li> <li>4. Industri barber DKI Jakarta mengalami kenaikan signifikan pada setiap tahunnya. (O4)</li> <li>5. Penyebarluasan informasi <i>online</i> secara dinamis di antara masyarakat <i>netizen</i>. (O5)</li> <li>6. Terdapat sekolah <i>fashion</i> rambut baik di Indonesia maupun luar negeri. (O6)</li> </ol>	<p><b>S-O Strategies</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan budaya dan citra barber ala <i>HaarBild Studio</i>. (S1,S5,S6,O1,O4)</li> <li>2. Mulai mempromosikan layanan jasa yang baru kepada masyarakat karena masyarakat suka dengan hal yang baru. (S4,S5,O1,O4)</li> <li>3. Mencetuskan inovasi yang ada sebelum diinisiatifkan oleh pesaing. (S3,S4,S5,O2)</li> <li>4. Memanfaatkan layanan jasa fotografi sebagai konten yang menarik masyarakat <i>netizen</i>. (S5,S8,O3,O5)</li> <li>5. Mem-posting setiap kegiatan <i>HaarBild Studio</i> beserta promo-promo secara rutin di media sosial. (S2,S3,S8,O3,O5)</li> </ol>
<p><b>Threat (Ancaman)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Beralihnya konsumen ke jasa substitusi dengan harga lebih murah. (T1)</li> <li>2. Ketidakpastian tingkat keterampilan tenaga ahli yang dinilai oleh konsumen. (T2)</li> <li>3. Para pesaing yang ada dengan jasa sejenis adalah pemain lama yang memiliki pengalaman lebih banyak dalam bisnis barber. (T3)</li> <li>4. Potensi adanya pesaing yang meniru inovasi jasa. (T4)</li> </ol>	<p><b>S-T strategies</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menonjolkan sisi nilai jual yang tinggi dari <i>HaarBild</i> akan kualitas dan pelayanan tambahan yang berbeda. (S3,S4,S5,S6,S7,T1)</li> <li>2. Melakukan <i>quality control</i> lewat hasil respon konsumen yang dapat disampaikan melalui media sosial. (S7,S8,T2)</li> <li>3. Memfokuskan pada inovasi yang berbeda tanpa mengurangi kualitas jasa utama dan menjadi <i>trend setter</i>. (S3,S4,S5,S6,S7,T3,T4)</li> </ol>	<p><b>W-T strategies</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan <i>quality control</i> serta mengadakan <i>gathering</i> dalam pelatihan bersama. (W2,W3,T2)</li> <li>2. Memberikan pelayanan ekstra dengan maksimal untuk memuaskan konsumen. (W3,T1)</li> <li>3. Mengadakan <i>workshop</i> di lokasi-lokasi keramaian sekaligus promosi <i>HaarBild Studio</i> dan menaikkan nilai jual serta kepopuleran barber. (W4,T3)</li> </ol>

Sumber : HaarBild Studio