

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.

Analisis industri dan pesaing diperlukan untuk mengetahui potensi-potensi yang dimiliki, memiliki pengetahuan akan trend pasar, dan mengenali kendala-kendala yang akan dihadapi. Sebuah industri memiliki karakteristiknya yang unik. Maka dari itu, pengusaha harus melakukan analisis industri yang terfokus pada trend industri tertentu. Dengan melakukan analisis industri pengusaha dapat meminimaliskan kendala dan risiko yang akan muncul dengan mempersiapkan diri untuk menghadapi hal yang terburuk.

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Dalam menjalani suatu usaha bisnis, seseorang harus dapat memahami, menganalisis trend dan pertumbuhan industri terkait untuk melihat suatu kelayakan bisnis. *Jakarta Dance Academy* adalah suatu bisnis yang bergerak di bidang jasa pengajaran seni tari yang merupakan bisnis yang cukup stabil karena masuknya Budaya Barat di Indonesia membuat mayoritas masyarakat mengenal pembelajaran seni tari di dalam kehidupan sehari-hari dan menjadikannya gaya hidup.

Dengan adanya perkembangan zaman yang mendorong keinginan konsumen yang semakin beragam, membuat kursus seni tari menyediakan tidak hanya satu tetapi beberapa jasa pengajaran dengan jenis tarian yang beragam juga. Hal tersebut juga



didukung dengan adanya peningkatan untuk menjaga kesehatan yang dirasa semakin penting.

Untuk melihat sejauh mana suatu industri menarik dan berkembang atau tidak adalah dengan melihat Produk Domestik Regional Bruto yang dicatat di setiap tahunnya. *Jakarta Dance Academy* menjalankan bisnisnya di daerah Jakarta Utara oleh sebab itu data yang akan digunakan adalah data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jakarta Utara. Data untuk Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jakarta Utara menurut Lapangan Usaha Jakarta Utara dapat dilihat di **Tabel 3.1** berikut:

Tabel 3.1

**Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Berlaku
Menurut Lapangan Usaha Tahun 2015-2019 (Persen)**

Produk Domestik Regional Bruto atas Dasar Harga Berlaku menurut Lapangan Usaha (Persen)					
Lapangan Usaha	2015	2016	2017	2018	2019
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	2,45	1,82	0,70	0,52	0,82
Pertambangan dan Penggalian	0	0	0	0	0
Industri Pengolahan	5,81	1,97	7,88	6,65	-1,93
Pengadaan Listrik dan Gas	6,49	0,23	4,96	10,05	8,44
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	2,94	2,27	2,85	7,48	3,83
Konstruksi	4,81	2,43	5,23	4,40	4,98
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	3,67	6,04	5,33	6,18	5,79
Transportasi dan Pergudangan	5,65	6,65	5,51	6,03	9,41
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	6	6,61	5,13	5,79	8,20
Informasi dan Komunikasi	11,16	12,06	10,09	11,07	12,31
Jasa Keuangan dan Asuransi	11,26	9,39	6	2,92	8,83
Real Estate	4,58	5,66	4,99	4,60	5,29
Jasa Perusahaan	7,45	8,94	8,29	8,26	12,38
Administrasi Pemerintah, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	1,92	6,14	-0,93	10,37	3,81
Jasa Pendidikan	6,71	8,16	2,77	6,23	6,25
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	7,94	8,60	7,41	7,38	7,17
Jasa Lainnya	8,79	9,52	8,58	8,83	9,85

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.



Sumber: <https://jakutkota.bps.go.id/dynamictable/2020/02/27/94/laju-pertumbuhan->

pdrb-kota-jakarta-utara-atas-dasar-harga-konstan-2010-menurut-lapangan-usaha-tahun-2012-2019-persen-.html, diakses 20 Juni 2020.

Selain Melihat dari Produk Domestik Regional Bruto yang dicatat di setiap tahunnya. Penulis juga melihat perkembangan komunitas seni tari di Indonesia khususnya di Kota Jakarta yang menunjukkan bahwa dunia seni tari begitu populer saat ini di kalangan masyarakat. Berikut adalah data komunitas seni tari di Indonesia Tahun 2019:

Tabel 3.2

Komunitas Seni Tari di Indonesia Tahun 2019

No.	Nama Komunitas	Tahun Berdiri	Lokasi
1.	UKM Unit Seni Budaya Trisakti	1991	Jl. Gedung A2, LT 1 Kampus A USAKTI Grogol.
2.	Swargaloka	1993	Jl. Setu Raya No.44, RT.1/RW.3, Setu, Kec. Cipayung, Kota Jakarta Timur.
3.	Kreativitat Dance Indonesia	1998	Jl. Cuputat Raya No.1, RT.1/RW.2, Pd. Pinang, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12310.
4.	KIG Dance Community UPI Bandung	2000	Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
5.	Citra Istana Budaya	2008	Jl. Raya Pd. Gede No.8-9A, RT.5/RW.1, Pinang Ranti, Kec. Makassar, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13560.
6.	Noken LAB	2014	Jakarta
7.	Indonesia Dance Company	2016	Green Ville Maesonette Blok FB, RT.13/RW.9, Duri Kepa, Kebonjeruk, Kota Jakarta Barat.
8.	Daun Gatal	2016	Jakarta
9.	Bahasa Dance Project	2017	Tegal Parang Utara No.37B, RT.1/RW.4, Keluaran Mampang Prapatan, RT.3/RW.5, Mampang Prapatan, Kec. Mampang Prapatan, Kota Jakarta Selatan.
10.	Mudamove	2017	Jakarta
11.	Jakarta Dance Art Education'17	2017	Jakarta
12.	Bidar Dance Community	2017	Tanjung Priok, Jakarta Utara
13.	DMP Project	2017	Jakarta
14.	EKI Dance Company	2018	Padang No.30, RT.5/RW.8, Pasar Manggis, Setiabudi, Kota Jakarta Selatan.
15.	Last Team Dance	2019	Jakarta

Sumber: <https://portalteater.com/profil-dan-sinopsis-karya-16-komunitas-tari-peserta-jdmu-2019/>, diakses 21 Juni 2020.

- 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.



Pada data di atas dapat dilihat bahwa perkembangan komunitas seni tari di

Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa industri jasa yang akan dilakukan oleh *Jakarta Dance Academy* sebagai kursus pengajaran seni tari 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 pesaing, serta pola reaksinya, dan memilih pesaing mana yang akan diserang atau dihindari. Analisis pesaing juga adalah usaha mengidentifikasi ancaman, kesempatan, dan permasalahan strategi yang terjadi akibat perubahan potensial serta kekuatan dan kelemahan pesaing.

Berikut daftar pesaing *Jakarta Dance Academy* :

1. *Jakarta School of Art*

Jenis Jasa : Pengajaran Seni Tari

Produk Unggulan : Balet, Hip Hop, K-Pop, Zumba

Segmentasi Pasar : *Middle High*

Jumlah Outlet : 2 Studio

Lokasi : Jl. Pluit Karang Utara No.143, RT.20/RW.2, Pluit,
Penjaringan, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus
Ibukota Jakarta 14450.

Alamat Website : jsa.co.id

Kontak 081213375678

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. Marlupi Dance Academy

Jenis Jasa : Pengajaran Seni Tari

Produk Unggulan : Balet, Jazz, Hip Hop, kontemporer, Fitness

Segmentasi Pasar : *Middle High*

Jumlah Outlet : 40 Studio

Lokasi : Galeri Niaga Mediterania Blok M Unit 8 QR, Jl Pantai
Indah Utara 2, Penjaringan, RT.1/RW.16, Kapuk
Muara, Kec. Penjaringan, Kota Jakarta Utara, Daerah
Khusus Ibukota Jakarta 14460.

Alamat Website : marlupi.com

Kontak : 012-56962941

Tabel 3.3

Perbandingan Pesaing

No.	Kriteria	Jakarta Dance Academy	Jakarta School of Art	Marlupi Dance Academy
1.	Merek	Belum dikenal	Sudah dikenal	Sudah dikenal
2.	Harga	Sedang	Sedang	Sedang
3.	Lokasi	Sangat Strategis	Sangat Strategis	Strategis
4.	Kenyamanan Tempat	Nyaman	Nyaman	Relatif Nyaman
5.	Lahan Parkir	Relatif Luas	Terbatas	Terbatas
6.	Fasilitas	Baik	Baik	Relatif Baik
7.	Promosi	Baik	Relatif Baik	Sangat Baik

Sumber: Hasil Observasi Penulis, diakses 22 Juni 2020.



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.



C. Analisis PESTEL (*Political, Economy, Sosial, Technology, Environment dan Legal*)



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

PESTEL merupakan singkatan dari *Political, Economy, Sosial, Technology, Environment dan Legal*. Analisis PESTEL merupakan *tool* yang sangat berguna dalam memahami gambaran menyeluruh lingkungan di mana usaha anda beroperasi serta kesempatan maupun ancaman yang ada di sekitarnya. Dengan pemahaman lingkungan secara menyeluruh di mana usaha berada, anda dapat mengambil kesempatan yang ada serta meminimalisir risiko atau ancaman.

Secara khusus analisis PESTEL adalah *tool* untuk memahami segala risiko terkait pertumbuhan atau penurunan usaha, dan juga posisi, potensi serta arahan strategi untuk bisnis maupun organisasi. Analisis PESTEL juga digunakan untuk mencari tahu apakah organisasi di dalam suatu konteks lingkungan dengan segala hal terjadi di luar sana pada saat bersamaan memberi pengaruh ke dalam organisasi.

1. *Politic* (Politik)

Di dalam dunia usaha bisnis, faktor politik perlu dipertimbangkan karena kebijakan-kebijakan politik di suatu negara banyak berpengaruh terhadap iklim usaha bisnis di negara tersebut baik secara langsung ataupun tidak langsung. Faktor politik meliputi kebijakan pemerintah, masalah-masalah hukum, serta mencakup aturan-aturan formal dan informal dari lingkungan di mana perusahaan melakukan kegiatan. Faktor politik yang erat kaitannya dengan kebijakan pemerintah dapat merepresentasikan peluang atau ancaman bagi sebuah perusahaan.

Dengan Kondisi politik Indonesia saat ini yang berjalan stabil, penulis melihat bahwa usaha bisnis *Jakarta Dance Academy* tidak menerima dampak yang signifikan dari faktor politik tersebut. Berhubung juga

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

industri ini adalah industri jasa yang masih tergolong dalam usaha kecil. Kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi jalannya usaha bisnis *Jakarta Dance Academy* adalah kebijakan perpajakan yang menetapkan pajak untuk usaha kecil menengah adalah sebesar 0,5%. Melihat kondisi politik seperti ini akan menyediakan peluang bagi bisnis *Jakarta Dance Academy* dikarenakan kurangnya pengaruh dan dampak politik terhadap berjalannya bisnis perusahaan.

2. *Economy* (Ekonomi)

Faktor ekonomi meliputi tingkat perekonomian suatu negara seperti rata-rata pendapatan perkapita sangat mempengaruhi daya beli masyarakat dan mempengaruhi iklim dari suatu usaha bisnis yang dijalankan perusahaan. Peluang bisnis terjadi di mana suatu daerah tertentu para konsumen memiliki tingkat pendapatan yang baik dan ketika pertumbuhan ekonomi di suatu negara yang meningkat. Pertumbuhan ekonomi akan menjadi tolak ukur daya beli masyarakat yang sangat berpengaruh bagi kelangsungan bisnis.

Menurut Bank Indonesia (BI), pertumbuhan ekonomi Jakarta pada triwulan I 2020 mengalami perlambatan. Pertumbuhan ekonomi diperkirakan dalam kisaran 5,5%-5,9%. Pada triwulan II 2020 kinerja perekonomian Jakarta diperkirakan akan membaik dengan pertumbuhan berada di kisaran 5,7%-6,1%. Perbaikan pertumbuhan ekonomi pada triwulan II 2020 seiring dengan membaiknya pendapatan masyarakat. Dengan memperhatikan kondisi ekonomi terkini, serta prospek ekonomi global maupun nasional, ekonomi DKI Jakarta pada tahun 2020

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.

diprakirakan masih dapat tumbuh dengan baik.

<https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian-ekonomi-regional/jakarta/Pages/LPP-DKI-Jakarta-Februari-2020.aspx>, diakses 22 Juni 2020.

Pertumbuhan ekonomi yang masih baik, akan memunculkan pula daya beli masyarakat. Di satu sisi *Jakarta Dance Academy* menawarkan harga jasa yang cukup terjangkau namun tetap memiliki pelayanan pengajaran yang berkualitas. Ini sebabnya bahwa ada peluang bagi *Jakarta Dance Academy* untuk membuka dan menjalankan usaha bisnis di Jakarta.

3. *Social* (Sosial)

Faktor sosial meliputi semua faktor yang mempengaruhi kebutuhan dari pelanggan, mempengaruhi ukuran besarnya pangsa pasar yang ada, trend dan gaya hidup. Bagi masyarakat modern, trend yang sedang terjadi cenderung mewabah.

Jakarta adalah daerah yang memiliki pertumbuhan penduduk yang tinggi dengan masyarakat yang modern dan sekaligus sebagai Ibu Kota negara, Jakarta merupakan poros perkembangan tren yang terjadi. Tren yang terjadi secara cepat menyebar melalui media sosial sehingga masyarakat yang melihat akan tertular untuk mengikuti. Budaya Barat yang masuk di Indonesia menjadikan pengenalan akan dunia seni tari menjadi terus berkembang. Melihat perkembangan dunia seni tari yang dijadikan sebuah gaya hidup dan trend di kehidupan sosial Jakarta yang terus berkembang, usaha bisnis ini menjadi suatu usaha bisnis yang memiliki

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



prospek yang bagus sehingga, ini menjadi peluang besar bagi *Jakarta Dance Academy*.

4. *Technology* (Teknologi)

Teknologi merupakan faktor yang mendukung usaha bisnis dalam mencapai efisiensi. Teknologi memiliki perkembangan yang cepat seiring dengan perubahan zaman. Bagi masyarakat modern, teknologi saat ini menjadi aspek kehidupan yang sangat penting. Setiap masyarakat modern pasti hidup menggunakan teknologi di dalam kesehariannya. Teknologi yang paling dekat dengan masyarakat adalah *smart phone*, internet, media sosial, dll.

Melihat minat masyarakat akan pentingnya teknologi, *Jakarta Dance Academy* memanfaatkan teknologi untuk berpromosi melalui media online, agar dapat pangsa pasar yang lebih luas. Teknologi menjadikan *Jakarta Dance Academy* memiliki peluang karena masyarakat pada zaman ini memiliki kesadaran yang tinggi akan teknologi serta perkembangannya.

5. *Environment* (Lingkungan)

Faktor lingkungan meliputi semua hal yang mempengaruhi kelestarian lingkungan dan hubungan dengan bisnis yang dijalankan. Dalam faktor lingkungan, *Jakarta Dance Academy* menciptakan tempat usaha yang memiliki kebersihan yang terjamin. *Jakarta Dance Academy* menggunakan desain studio yang rapih dan nyaman sesuai dengan standar yang ditentukan. Tentunya lokasi yang dipilih sesuai dengan gaya hidup konsumen di lingkungan kota Jakarta. Oleh karena itu, ini menjadi peluang bagi *Jakarta Dance Academy* untuk menjalankan usaha bisnis.

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



6. Legal (Hukum)

Hukum yang berlaku di suatu negara harus di taati oleh pelaku bisnis adalah hal yang mutlak, karena itu dalam menjalankan usaha bisnisnya pelaku bisnis perlu memperhatikan kebijakan yang sudah ada agar produk atau jasa yang ditawarkan serta proses bisnis yang dilakukan tidak menentang hukum yang berlaku pada negara tersebut. Indonesia memiliki beberapa norma hukum yang mengatur usaha bisnis yang dijalankan *Jakarta Dance Academy*. *Jakarta Dance Academy* menaati setiap aspek hukum agar tidak mengganggu operasional dari *Jakarta Dance Academy*. Bagi *Jakarta Dance Academy* tidak sulit peraturan hukumnya sehingga tidak sulit untuk menaati hukum yang berlaku seperti membuat surat ijin usaha dan membayar pajak kepada negara. Oleh karena itu, ini menjadi peluang bagi *Jakarta Dance Academy* untuk menjalani usaha bisnis.

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

Model Porter adalah alat strategi bisnis, yang membantu kita dalam menilai intensitas persaingan dan dengan demikian menganalisis daya tarik sebuah struktur industri. Dengan melakukan analisis ini, memungkinkan kita untuk menilai kekuatan posisi kompetitif bisnis kita sekarang, serta kekuatan posisi bisnis yang direncanakan untuk kita capai nantinya. Ketika kita sudah memahami betul di mana letak kekuatan kita, kita dapat memanfaatkan kekuatan itu dan membenahi kelemahan yang ada, sehingga kita dapat bersaing secara efektif.

C 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.



Menurut David (2016:229) *Porter's Five-Forces Model* adalah model analisis

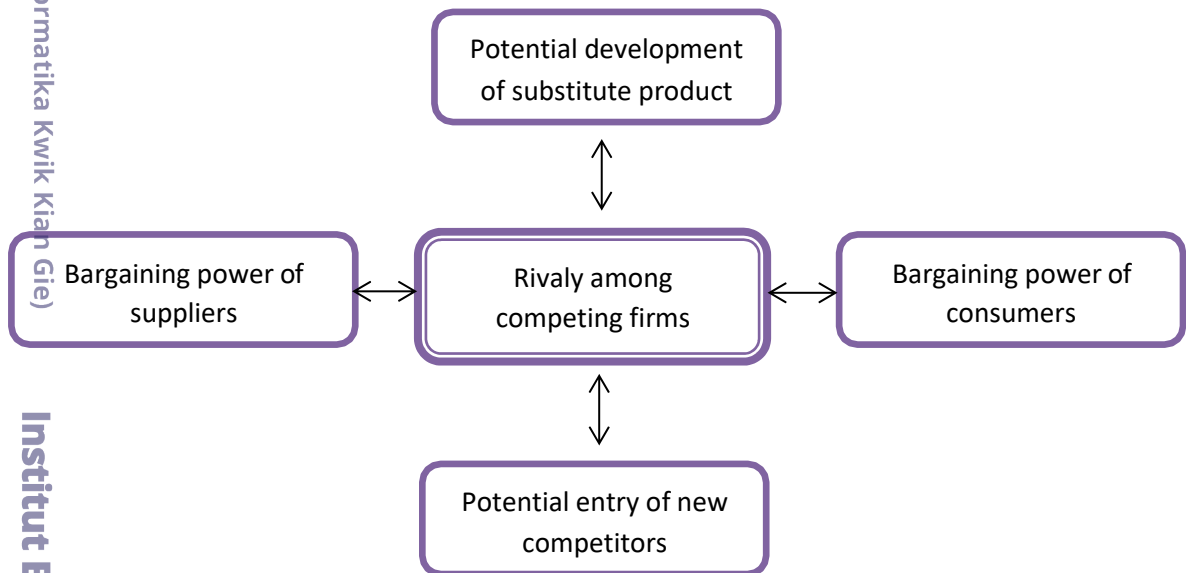
kompetitif yang sering digunakan dalam mengembangkan strategi dari banyak industri.

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 Jakarta Dance Academy:

Gambar 3.1

Porter's Five-Forces Model



Sumber: Fred David (2017:229)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Persaingan antar perusahaan yang bersaing dalam industri yang sama
Persaingan dalam industri yang sama di mana permasalahan selalu bekerja keras untuk merebut pangsa pasar perusahaan lain. Dengan munculnya persaingan yang kompetitif ini, maka setiap perusahaan harus berupaya untuk menawarkan keunggulan masing-masing yang tidak ditemukan oleh pesaing lainnya untuk memenangkan persaingan.

Jakarta Dance Academy akan bersaing dengan beberapa kursus seni tari yang sudah lebih dulu terjun ke pasar seperti *Jakarta School of Art* dan *Marlupi Dance Academy*. Tentunya pesaing-pesaing di pasar memiliki keunggulan masing-masing, yaitu *Jakarta School of Art* memiliki jenis seni tari yang beragam dan juga jenis senam yang begitu diminati tidak hanya oleh anak-anak muda tetapi juga diminati oleh orang tua yang ingin aktif mengeluarkan keringat untuk menjaga kebugaran tubuhnya. Dengan mengeluarkan biaya sekitar Rp 450.000,- sampai Rp 1.570.000,- konsumen mendapatkan 4 sesi pertemuan dalam sebulan. *Marlupi Dance Academy* memiliki jenis seni tari yang cukup beragam yang tentunya diminati juga oleh konsumen. Dengan mengeluarkan biaya sekitar Rp 385.000,- sampai Rp 1.345.000,- konsumen mendapatkan 4 sesi pertemuan dalam sebulan.

Untuk menghadapi persaingan *Jakarta Dance Academy* melakukan peningkatan kualitas pada para pengajar yang akan di rekrut dan di seleksi agar dapat meningkatkan standar dan tentunya kualitas pengajaran yang didapatkan oleh konsumen. *Jakarta Dance Academy* juga akan menyediakan penawaran khusus melalui sistem *free trial* sebanyak 2 kali bagi setiap konsumen. Dengan begitu, keinginan konsumen untuk mencoba

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.



C 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.

lagi semakin tinggi dan tentunya menjadikan peluang bagi *Jakarta Damce Academy*. Dua hal ini diharapkan dapat membawa *Jakarta Dance Academy* dapat memenangkan persaingan.

2. Daya tawar dari para pembeli

Jakarta Dance Academy pada umumnya memberikan layanan jasa pengajaran di bidang seni tari. Dalam hal ini, *Jakarta Dance Academy* menawarkan cara pengajaran yang berbeda yang dipercaya akan menambah daya tarik konsumen.

Jakarta Dance Academy memiliki *website* yang akan membantu konsumen untuk melihat lebih detail mengenai *schedule*, lokasi serta kontak dari *Jakarta Dance Academy*. Tidak hanya itu, tersedia juga berita-berita mengenai prestasi yang diraih oleh anak didik *Jakarta Dance Academy*, *history* dari *Jakarta Dance Academy*, detail profil *founder* dan pengajar di *Jakarta Dance Academy*.

Dari semua pelayanan yang disediakan, kembali lagi yang terpenting supaya menjadi daya tarik utama bagi konsumen ialah tingkat kualitas pengajaran yang diberikan serta fasilitas yang disediakan apakah sudah cukup memuaskan dan sesuai dengan keinginan konsumen. Saat semua hal itu dapat memuaskan dan sesuai dengan keinginan konsumen, maka konsumen akan memberikan penilaian yang baik. Dalam industri jasa, konsumen akan menilai jasa yang diberikan. Oleh sebab itu, *Jakarta Dance Academy* akan berkomitmen untuk menjaga dan terus meningkatkan kualitas pengajaran maupun kenyamanan fasilitas untuk meningkatkan loyalitas sehingga daya tawar konsumen menjadi minim.



3. Daya tawar dari pemasok

Semakin banyak pemasok yang menjual produk atau jasa yang sama, semakin besar kesempatan kita untuk menawar tetapi sebaliknya bila pemasok yang menjual produk atau jasa yang sama hanya sedikit jumlahnya maka lebih kecil kesempatan kita untuk melakukan tawar-menawar.

Jakarta Dance Academy memiliki beberapa pemasok tetap sesuai dengan kebutuhan yang ada, namun *switching cost* untuk berganti pemasok sejenis tergolong rendah. Dapat disimpulkan bahwa daya tawar pemasok *Jakarta Dance Academy* adalah rendah.

4. Ancaman dari pesaing baru yang memasuki industri yang sama

Pesaing baru yang datang ke industri yang sama dapat disebabkan rendahnya hambatan yang ada. Sebaliknya, jika hambatan yang ada pada sebuah industri adalah tinggi, maka akan sedikit untuk pesaing baru dapat memasuki industri yang sama. Setelah ditinjau dari sisi diferensiasi produk, kebutuhan modal dan berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk memulai usaha bisnis *Jakarta Dance Academy* maka dapat disimpulkan bahwa ancaman pendatang baru yang memasuki industri yang sama adalah rendah.

Hal ini tentu menjadikan *Jakarta Dance Academy* untuk semakin meningkatkan daya saing dengan cara mengembangkan pelayanan pengajaran serta kenyamanan fasilitas.

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.



5. Ancaman dari produk substitusi (pengganti)

Produk substitusi adalah produk yang secara fungsional memiliki manfaat yang serupa dengan produk utama. Jika sebuah produk memiliki produk substitusi sehingga konsumen dapat membeli produk substitusi, akan memberikan ancaman bagi perusahaan.

Produk substitusi *Jakarta Dance Academy* adalah belajar seni tari secara mandiri melalui video yang tersebar luas di jejaring media sosial. Tetapi tentunya memiliki kualitas pengajaran yang terbatas dan tidak sebanding pada saat belajar secara langsung dengan pengajar profesional di bidangnya. Untuk itu, dapat disimpulkan bahwa ancaman produk substitusi tergolong rendah.

Namun *Jakarta Dance Academy* akan berupaya sebaik mungkin untuk konsumen dapat merasakan nilai tambah walaupun memiliki penawaran harga yang lebih terjangkau. Dengan begitu, konsumen tidak akan kecewa dan merasa puas dengan pelayanan jasa pengajaran dari *Jakarta Dance Academy*.

E. Analisis Faktor-faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix* / CPM)

Menurut Fred R. David (2017:236), "*Competitive Profil Matrix* (CPM) mengidentifikasi pesaing untuk perusahaan serta kekuatan dan kelemahannya dalam kaitannya posisi strategi perusahaan sampel". Dalam CPM terdapat unsur-unsur yang perlu diperhatikan yaitu:

C 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.



1. *Critical Success Factors*

Faktor kunci sukses merupakan sebuah isu-isu baik internal maupun eksternal yang menjadi sebuah acuan bagi para pelaku industri dalam menjalankan bisnisnya.

2. *Rating* (peringkat)

Peringkat dalam *Competitive Profile Matrix* menunjukkan respon perusahaan dalam menanggapi faktor kunci sukses. Semakin tinggi peringkatnya, maka perusahaan tersebut mampu merespon faktor kunci sukses dengan baik. Peringkat ini memiliki jangkauan dari 1,0 hingga 4,0.

3. *Weight* (Bobot)

Atribut bobot pada CPM menunjukkan kepentingan relatif dari faktor kunci sukses. Total ini harus berjumlah 1,0 di mana yang mendekati nilai 1,0 dianggap faktor kunci sukses tersebut yang penting.

4. *Total Weighted Score*

Jumlah dari nilai peringkat tertimbang yang harus antara rentang 1,0 hingga 4,0 di mana nilai rata-rata matriks CPM adalah 2,5 sehingga jika dibawah totalnya dianggap perusahaan lemah dan sebaliknya.

Berikut adalah **Tabel 3.4** mengenai *Competitive Profile Matrix* dimana *Jakarta Dance Academy* dibandingkan dengan dua pesaing lainnya, yaitu sebagai berikut:

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

Competitive Profile Matrix

Critical Success Factor	Bobot	Jakarta Dance Academy (Rencana)		Jakarta School of Art		Marlupi Dance Academy	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Standar Studio	0.20	4	0.80	3	0.60	2	0.40
Harga Kompetitif	0.10	4	0.40	2	0.20	3	0.30
Merek	0.10	2	0.20	3	0.30	4	0.40
Mutu Pelayanan	0.20	4	0.80	3	0.60	3	0.60
Website & Sosial Media	0.10	3	0.30	2	0.20	4	0.40
Pengalaman	0.20	2	0.40	3	0.60	4	0.80
Lokasi	0.10	4	0.40	3	0.30	2	0.20
TOTAL	1.00	3.30		2.80		3.10	

Sumber: Jakarta Dance Academy, 2020.

Keterangan:

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

- 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.



Berdasarkan pada **Tabel 3.4** di atas dapat dilihat bahwa *Jakarta Dance*

Academy direncanakan lebih tinggi skornya dibanding dengan perusahaan pesaing. Hal ini dikarenakan *Jakarta Dance Academy* memiliki standar studio, harga, mutu pelayanan, serta lokasi yang lebih baik daripada pesaing yang umumnya sudah memiliki nama merek yang dikenal masyarakat. Inilah yang menjadi kekuatan utama perusahaan untuk memasuki pasar untuk bisa bersaing dengan nama-nama besar seperti *Jakarta School of Art* dan *Marlupi Dance Academy*. Namun dalam interpretasi, perusahaan memiliki nilai lebih rendah belum tentu lebih buruk dalam kinerja perusahaan.

Dari hasil analisis **Tabel 3.4** diatas, dapat dilihat bahwa *Jakarta Dance Academy* memiliki nilai tertinggi karena memiliki studio yang nyaman dibanding dengan kedua pesaing. Dari faktor harga, *Jakarta Dance Academy* akan menjadi yang terbaik karena perusahaan ini direncanakan akan memiliki harga yang lebih kompetitif dari pesaing. Harga yang ditetapkan pesaing *Jakarta School of Art* yaitu Rp 450.000,00 sampai Rp 1.570.000,00. Sedangkan *Marlupi Dance Academy* memiliki harga lebih murah yaitu Rp 385.000,00 sampai 1.345.000,00-, namun kondisi studio yang kurang nyaman serta fasilitas yang kurang memadai.

Dari segi merek dan pengalaman, *Jakarta School of Art* dan *Marlupi Dance Academy* lebih unggul dibandingkan *Jakarta Dance Academy* karena sudah lebih dulu membuka usaha tersebut dan juga sudah mengetahui cara-cara penanganan dalam menghadapi konsumen yang beragam. Dari faktor *website* dan sosial media, *Jakarta Dance Academy* direncanakan akan memiliki *website* dan sosial media yang akan mempermudah konsumen untuk melihat *schedule*, lokasi, memantau prestasi anak

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.



didik serta memberikan informasi-informasi penting mengenai program kegiatan yang direncanakan.

Jakarta Dance Academy memiliki total skor tertinggi dibandingkan dengan dua pesaingnya. Dapat dikatakan bahwa *Jakarta Dance Academy* sangat layak untuk dijalankan karena memiliki kekuatan dalam menjalankan bisnis dan dianggap mampu bersaing.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

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



Kotler dan Amstrong (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 (*weakness*) termasuk dalam batasan internal dan faktor-faktor situasional negatif yang dapat mengganggu kinerja perusahaan. Peluang (*opportunities*) adalah faktor-faktor menguntungkan atau tren di lingkungan eksternal yang dapat dimanfaatkan perusahaan sebagai keuntungan. Ancaman (*treaths*) 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 *Jakarta Dance Academy*.

1. *Strength* (S) yaitu analisis kekuatan, sebuah kondisi kekuatan yang dimiliki perusahaan saat ini. Perusahaan harus dapat menganalisis di mana faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan bila dibanding dengan pesaingnya.

Strength dari *Jakarta Dance Academy* adalah :

- a. Harga paling murah di antara pesaing.

Harga yang ditawarkan *Jakarta Dance Academy* tergolong termurah di kelasnya. Pesaing *Jakarta Dance Academy* memiliki harga



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 cukup mahal dikarenakan memiliki kekuatan dari *brand* sehingga dipandang lebih berkualitas oleh masyarakat. Selain itu, *Jakarta Dance Academy* belum berorientasi sepenuhnya terhadap profit seperti pesaing yang sudah memiliki *brand power*, sehingga menetapkan harga murah untuk menarik perhatian masyarakat namun tidak mengurangi kualitas layanan pengajaran dan kenyamanan fasilitas.

- b. Memiliki studio dengan desain yang nyaman dan sesuai standar.

Kebanyakan studio yang ada dan ditemui hanya sekedar menyediakan tempat yang cukup dipakai untuk melaksanakan kegiatan belajar mengajar, namun kurang memperhatikan desain studio apakah menarik dan nyaman bagi konsumen. *Jakarta Dance Academy* juga memperhatikan lantai studio yang sesuai standar, yaitu dengan menggunakan *vinyl floor* yang khusus digunakan untuk studio menari sehingga mengurangi resiko terjadinya cedera pada saat berlatih.

- c. Memiliki sistem informasi serta promosi *online* yang baik.

Jakarta Dance Academy memiliki promosi aktif lewat media sosial, dan *website*. Promosi yang dilakukan lewat media sosial akan didesain dengan menarik dan mengikuti perkembangan zaman sehingga sesuai dengan tren yang terjadi. *Jakarta Dance Academy* memfasilitasi konsumen dengan form pendaftaran secara online yang tersedia di *website* sehingga dapat memudahkan konsumen.

- d. Mutu pelayanan yang tinggi terhadap konsumen.

Jakarta Dance Academy mengutamakan pelayanan terbaik untuk semua konsumennya. Pelayanan itu dapat ditunjukkan dengan



C 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.

tersedianya program *trial* bagi konsumen baru. Program *free trial* ini disediakan untuk konsumen baru yang ingin mendaftarkan diri tetapi masih merasa bingung menentukan jenis tarian apa yang akan dipilih untuk dipelajari. Maka dari itu, program *free trial* ini akan memudahkan konsumen untuk lebih pasti dalam menentukan pilihannya.

e. Lokasi yang strategis.

Jakarta Dance Academy memiliki lokasi yang cukup strategis dengan tersedianya lahan parkir untuk kendaraan konsumen. Tidak hanya tersedianya lahan parkir yang cukup, tetapi juga lokasi *Jakarta Dance Academy* berdekatan dengan *cafe*, *restaurant* hingga mall yang dapat dimanfaatkan konsumen untuk mengisi waktu luang untuk menunggu anak selesai berlatih.

2. *Weakness* (W) yaitu analisis kelemahan, yang merupakan faktor-faktor internal yang dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Berikut kelemahan dari *Jakarta Dance Academy* adalah :

a. Belum memiliki *brand image* dan citra yang baik.

Karena *Jakarta Dance Academy* baru didirikan sehingga belum bisa memiliki *brand image* yang baik dan terkenal di mata masyarakat. Citra perusahaan dapat dinilai positif ataupun negatif dengan masyarakat. *Jakarta Dance Academy* juga belum memiliki citra yang positif di mata masyarakat sehingga jasa yang ditawarkan akan lebih sulit diterima oleh masyarakat dibanding dengan perusahaan yang



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

memiliki pandangan citra positif. Hal ini menjadi kelemahan bagi perusahaan sehingga dapat kalah bersaing dengan perusahaan yang sudah memiliki *brand image* dan citra yang baik.

- b. Belum memiliki pengalaman.

Pengalaman sangatlah dipandang penting bagi konsumen karena dapat menumbuhkan rasa percaya dan yakin kepada perusahaan. Namun karena *Jakarta Dance Academy* merupakan bisnis baru, maka belum memiliki pengalaman yang menjadi kelemahan dari perusahaan.

3. *Opportunities* (O) yang merupakan analisis faktor-faktor eksternal yang memiliki kondisi di mana sebuah perusahaan memiliki peluang untuk berkembang di masa depan. Peluang ini bisa dimanfaatkan untuk mendorong perusahaan dalam mencapai tujuan. Berikut peluang yang dimiliki *Jakarta Dance Academy* antara lain :

- a. Berkembangnya gaya hidup.

Masuknya Budaya Barat di Indonesia memunculkan sebuah gaya hidup baru di masyarakat mengenai seni tari. Masyarakat zaman sekarang terutama orang tua, mengarahkan anak-anaknya untuk memiliki kegiatan positif di luar sekolah. Kegiatan positif yang bisa dipilih juga beragam, salah satunya adalah mengikuti kursus seni tari. Ini merupakan peluang bagi *Jakarta Dance Academy*.

- b. Pasar yang luas.

Pada zaman modern ini terdapat masyarakat yang potensial bagi *Jakarta Dance Academy* yang dapat menjadi target pasar. Mulai dari anak-anak hingga remaja bahkan tidak menutup kemungkinan bagi

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

orang dewasa yang ingin mengisi waktu luang mereka untuk mempelajari seni tari.

- c. Media sosial menjadi bagian kehidupan masyarakat masa kini.

Pengguna media sosial akan menjadi peluang *Jakarta Dance Academy* karena trend yang terjadi akan cepat menyebar melalui media sosial. Ketika masyarakat *online* mengetahui tren melalui media sosial, maka mereka akan mengikuti tren yang sedang terjadi.

- d. Dunia teknologi media sosial yang sangat dinamis dalam penyebarluasan informasi lewat internet.

Hal ini dapat menjadi peluang untuk *Jakarta Dance Academy* dalam melakukan kegiatan pemasaran.

4. *Threats* (T) yaitu analisis terhadap faktor-faktor eksternal yang dapat menjadi ancaman. Ancaman yang dihadapi sebuah perusahaan bisa menghambat aktivitas perusahaan bahkan kerugian di berbagai aspek. Berikut ancaman yang dihadapi oleh *Jakarta Dance Academy* :

- a. Pendatang baru yang mudah memasuki pasar.

Untuk memulai usaha bisnis kursus seni tari tergolong mudah karena dapat dimulai dengan membuka kursus secara *private* terlebih dahulu sambil mengumpulkan dana yang cukup untuk membuka tempat.

- b. Ketidakpastian penilaian pengajaran oleh masyarakat.

Masyarakat tentunya memiliki pendapat/selera yang berbeda-beda untuk menilai sesuatu. Sehingga dapat menjadi ancaman ketika ada beberapa masyarakat yang menganggap *Jakarta Dance Academy*

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.



C 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.

kurang baik.

c. Tingkat persaingan yang cukup tinggi.

Persaingan yang cukup tinggi dikarenakan pesaing-pesaing yang menawarkan jasa pengajaran seni tari yang serupa.

d. Potensi adanya pesaing yang meniru inovasi jasa.

Memiliki program *free trial* yang dapat dilakukan sebanyak dua kali belum ada pada pesaing lain. Maka pesaing dapat meniru inovasi *Jakarta Dance Academy*.

Menurut David (2017:251) “*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)*”. Berikut **Tabel 3.5** mengenai Matriks SWOT:



Tabel 3.5

Rencana SWOT Matrix Jakarta Dance Academy

Internal	Strengths (Kekuatan) 1. Harga paling murah di antara pesaing. (S1) 2. Memiliki studio dengan desain yang nyaman dan sesuai standar. (S2) 3. Memiliki sistem informasi serta promosi online yang baik. (S3) 4. Mutu pelayanan yang tinggi terhadap konsumen. (S4) 5. Lokasi yang strategis. (S5)	Weaknesses (Kelemahan) 1. Belum memiliki <i>brand image</i> dan citra yang baik. (W1) 2. Belum memiliki pengalaman. (W2)
Eksternal Opportunities (Peluang) 1. Berkembangnya gaya hidup. (O1) 2. Pasar yang luas. (O2) 3. Media sosial menjadi bagian kehidupan dari masyarakat masa kini. (O3) 4. Dunia media sosial yang sangat dinamis dalam penyebaran informasi lewat internet. (O4)	S-O Strategies 1. Menetapkan strategi promosi tepat sasaran. (S1,S3,O2,O3) 2. Menciptakan citra yang baru ala <i>Jakarta Dance Academy</i>. (S2,S4,O4) 3. Membagikan setiap kegiatan <i>Jakarta Dance Academy</i> beserta promosi di media sosial. (S3,O1,O3) 4. Memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen. (S1,S4,O4)	W-O Strategies 1. Memanfaatkan maraknya dunia media sosial untuk memperkenalkan <i>Jakarta Dance Academy</i>. (W1,O3,O4) 2. Meningkatkan kualitas layanan dan sumber daya manusia. (W2,O1,O4)
Threat (Ancaman) 1. Pendatang baru yang mudah memasuki pasar. (T1) 2. Ketidakpastian penilaian pengajaran oleh masyarakat. (T2) 3. Tingkat persaingan yang cukup tinggi. (T3) 4. Potensi adanya pesaing yang meniru inovasi jasa. (T4)	S-T strategies 1. Menunjukkan keunggulan kompetitif <i>Jakarta Dance Academy</i>. (S1,S2,S4,T1,T3) 2. Selalu meningkatkan inovasi jasa. (S4,T2,T4) 3. Melakukan promosi yang variatif. (S3,S4,T1,T3)	W-T strategies 1. Meningkatkan ketenaran dengan melakukan kolaborasi dengan <i>professional dancer</i>. (W1,T2,T4) 2. Membangun kerjasama untuk merekomendasikan <i>Jakarta Dance Academy</i>. (W2,T2)

Sumber : Jakarta Dance Academy, 2020.

1. Dilarang menyalin 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 **Tabel 3.5** dapat dijelaskan sebagai berikut:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Strategi S-O

a. S1, S3, O2,O3

Jakarta Dance Academy menetapkan tarif harga yang relatif murah dibandingkan dengan pesaing lainnya. Dengan pasar yang luas, *Jakarta Dance Academy* dapat memanfaatkan media online untuk menyebarluaskan informasi terkait. Dengan masa kini yang telah menjadikan media sosial sebagai bagian kehidupan masyarakat tentu sangat mudah bagi *Jakarta Dance Academy* untuk menetapkan strategi promosi yang tepat sasaran.

b. S2,S4,O4

Jakarta Dance Academy menyediakan studio yang nyaman dan sesuai dengan standar yang ada. Selain itu, mutu pelayanan yang tinggi menjadikan konsumen merasa seperti menjadi bagian keluarga dari *Jakarta Dance Academy*. Hal tersebut konsumen rasakan dan kemudian konsumen bagikan melalui internet. Dunia media sosial yang dinamis dalam menyebarluaskan informasi menjadikan informasi dapat mudah ditangkap oleh calon konsumen lainnya.

c. S3,O1,O3

Jakarta Dance Academy selalu meng-update setiap kegiatan yang dilakukan beserta berbagai promosi yang disediakan. Dengan media sosial yang telah menjadi bagian kehidupan bagi masyarakat, konsumen tidak perlu merasa tertinggal akan sebuah informasi.

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.



d. S1,S4,O4

Selain memberikan tarif yang relatif murah, *Jakarta Dance Academy* juga memiliki mutu pelayanan yang tinggi. *Jakarta Dance Academy* mengerti keinginan konsumen akan harga yang terjangkau tetapi tetap dengan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan terpenuhinya keinginan konsumen maka, rasa untuk membagikan informasi ini melalui internet begitu mudah.

2. Strategi W-O

a. W1,O3,O4

Jakarta Dance Academy memang belum memiliki *brand image* dan citra yang kuat di mata konsumen. Namun, *brand image* dan citra itu dapat dibangun dengan bantuan dari media sosial yang sudah berkembang saat ini. Dengan kita terus meng-*update* perkembangan dari *Jakarta Dance Academy*, otomatis konsumen akan dapat mengenal *brand image* dan citra dengan sangat baik.

b. W2,O1,O4

Jakarta Dance Academy memang belum memiliki cukup pengalaman dibandingkan dengan pesaing lainnya. Namun, dengan menonjolkan segi kualitas pelayanan dan sumber daya manusia di tempat usaha akan membuat pengalaman dari *Jakarta Dance Academy* lebih dirasakan oleh konsumen. Hal ini juga dapat terbantu dengan media sosial yang dapat dijadikan sebagai pemantau oleh calon konsumen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



3. Strategi S-T



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. S1,S2,S4,T1,T3

Munculnya pendatang baru di pasar yang sama serta tingginya persaingan antar sesama pendiri usaha menjadikan *Jakarta Dance Academy* untuk lebih mengunggulkan tarif harga yang relatif murah tetapi dengan kualitas pelayanan serta fasilitas yang nyaman dan sesuai dengan standar.

b. S4,T2,T4

Dengan adanya potensi pesaing untuk meniru inovasi, *Jakarta Dance Academy* akan terus membangun inovasi dalam segi pengajaran, dan kenyamanan dalam pelayanan untuk terus mempertahankan konsumen dan menarik calon konsumen.

c. S3,S4,T1,T3

Adanya pendatang baru yang memasuki pasar yang sama serta tingginya tingkat persaingan yang ada, *Jakarta Dance Academy* akan terus melakukan variatif dalam promosi seperti dengan memberikan potongan harga dengan syarat-syarat tertentu kepada konsumen.

4. Strategi W-T

a. W1,T2,T4

Untuk meningkatkan ketenaran *brand image* dan citra yang baik di mata konsumen, *Jakarta Dance Academy* memutuskan untuk menjalin kolaborasi dengan beberapa *professional dancer* dengan mengadakan sebuah *workshop* terbuka yang dapat diikuti oleh setiap orang yang memiliki ketertarikan untuk bergabung. Dengan hal ini, *Jakarta Dance Academy* akan dapat menaikkan *brand image* dan citra di mata konsumen dengan baik.



b. W2,T2

Jakarta Dance Academy akan menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan konsumen setia yang telah bergabung cukup lama. Dengan membangun hubungan tersebut, *Jakarta Dance Academy* dapat mengambil hati konsumen dan konsumen tersebut pun akan bersedia dengan loyal merekomendasikan *Jakarta Dance Academy* kepada calon konsumen lainnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.