



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

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

A. Trend dan Pertumbuhan

1. Pasar

Konsumen aktual jasa dari usaha Hawa Muslimah Salon ini adalah konsumen atau pelanggan yang sudah menggunakan jasa salon seperti potong rambut, tonik, catok, *creambath*, *hair mask*, *hair spa*, *extention*, melentikan bulu mata, keriting, toning, mewarnai rambut, *highlight*, *smoothing*, *rebonding*, *bleacing*, *make-up*. Target pasar dari Hawa Muslimah Salon ini adalah wanita muslimah yang memiliki karakteristik mengikuti perkembangan mode khususnya perkembangan mode perawatan kecantikan, mempunyai pekerjaan yang menuntut untuk selalu tampil cantik dan menarik, dan wanita yang menyukai perawatan-perawatan di salon tetapi mengutamakan privasi mereka sebagai seorang muslimah.

2. Target Pasar

Target market adalah evaluasi dari beragam segmen yang ada sehingga didapatkan segmen yang lebih spesifik dengan menganalisis daya tarik pasar secara keseluruhan dan tujuan dari perusahaan itu sendiri.

Target Pasar (*Targeting*) Hawa Salon Muslimah adalah wanita muslimah yang berhijab tetapi masih ingin mendapatkan pelayanan kecantikan dengan privasi penuh. Pada awalnya target pasar hanya untuk wanita daerah Bekasi, namun untuk pengembangan usaha maka target Hawa Salon Muslimah diperluas.

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

a. Penulisan 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.



B. Analisis Pesaing

| No | Pesaing | Kelebihan | Kelemahan |
|----|--------------------------------------|--|--|
| | Annisa Salon and Spa Grand Wisata | <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki perlengkapan dan fasilitas yang lengkap 2. Memiliki banyak pelanggan 3. Tempat yang lebih luas | <ol style="list-style-type: none"> 1. Harganya lebih mahal dibanding Hawa Salon Muslimah 2. Pelayanan yang terlalu terburu-buru 3. Tidak terdapat tempat untuk privasi wanita Muslimah |
| | Khadijah Salon Muslimah | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tersedianya menu makanan 2. Memiliki fasilitas dan pelayanan yang lengkap 3. Memiliki banyak pelanggan kelas atas | <ol style="list-style-type: none"> 1. Harganya lebih mahal sehingga tidak dapat dijangkau pelanggan kelas menengah maupun bawah 2. Tidak terdapat pelayanan untuk wanita muslimah untuk menjaga privasinya saat perawatan. |

C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL digunakan untuk menganalisis faktor makroekonomi suatu negara tempat perusahaan baru akan didirikan. PESTEL adalah singkatan dari Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Environment (lingkungan) dan Legal (hukum). Analisis PESTEL dibutuhkan karena faktor eksternal mutlak di terima dan tidak dapat dirubah oleh perusahaan. Dengan mengetahui faktor-faktor eksternal diharapkan perusahaan dapat mengantisipasi serta beradaptasi dengan lingkungan yang ada.

1. Ditaring 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 IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



3. Kondisi Sosial

Ⓒ Faktor sosial budaya juga harus menjadi pertimbangan penting bagi setiap pelaku bisnis karena akan berpengaruh terhadap fungsi dan sistem yang berlaku di perusahaannya.

Yang harus diperhatikan dalam faktor sosial adalah:

- a) Sikap dan pendapat konsumen

Sikap dari orang Indonesia dalam memandang tempat pelayanan kecantikan saat ini dapat dikatakan mengarah kearah yang lebih baik, dimana pelayanan kecantikan yang dulu dianggap tempat yang mempunyai konotasi negatif kini sudah berubah menjadi positif.

- b) Media

Media di Indonesia cukup bersahabat bagi pengusaha yang bergerak di jasa kecantikan. Majalah dan tabloid yang bertemakan kecantikan terutama kecantikan wanita muslimah semakin banyak bermunculan yang menandakan sinyal positif bagi industri kecantikan khusus wanita muslimah, terutama untuk Hawa Salon Muslimah sendiri menjadikan sebagai media yang paling tepat dalam hal promosi.

- c) Faktor etnis, budaya dan agama

Faktor etnis, budaya dan agama cukup kuat pengaruhnya terutama di Indonesia, karena tidak jarang suatu usaha ditutup akibat tidak sejalan dengan budaya dan agama setempat. Produk dan jasa yang ditawarkan oleh Hawa Salon Muslimah yang khusus wanita muslimah tidak ada satupun yang bersinggungan dengan nilai-nilai tersebut diatas, sehingga diharapkan tidak akan terjadi benturan-benturan yang akan merugikan Hawa Salon Muslimah kedepannya.

- d) Demografi (umur, jenis kelamin, ras, keluarga), pendidikan, serta perubahan gaya hidup.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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



Target pasar dari Hawa Salon Muslimah adalah wanita muslimah yang berada di Bekasi khususnya Bekasi Timur yang merupakan pasar yang cukup potensial bagi bisnis kecantikan jasa mengingat gaya hidup dan tingkat pendidikan dari wanita Bekasi yang sudah modern termasuk juga wanita muslimahnya yang juga mengikuti arus modern.

4. Kondisi Teknologi

Kecanggihan dan kemajuan teknologi yang cukup pesat berdampak cukup kuat terhadap berkembangnya aktifitas bisnis. Hawa Salon Muslimah dapat memanfaatkan perkembangan teknologi ini untuk :

- a) Peralatan kecantikan yang canggih
- b) Menyebarkan informasi guna menjadi media promosi menggunakan media sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan *Instagram*.

5. Kondisi hukum

- a) Undang-Undang di Indonesia mengenai perdagangan, pajak dan undang-undang ketenagakerjaan di Indonesia akan selalu diperhatikan oleh Hawa Salon Muslimah dalam menjalankan usahanya agar tidak bermasalah di masa yang akan datang.
- b) Hawa Salon Muslimah selalu berusaha untuk melindungi hak konsumen dengan cara memberikan pelayanan serta produk yang terbaik.

6. Kondisi Lingkungan

- a) Iklim dan cuaca

Hawa Salon Muslimah dapat menggunakan produk dan material yang sesuai dengan iklim di Indonesia yang beriklim tropis agar barang yang dimiliki lebih tahan lama.



b) Ekologi

Guna mendukung perawatan lingkungan, Hawa Salon Muslimah membuang limbahnya terpisah baik itu yang berupa cairan, kertas atau barang yang dapat di daur ulang, serta material basah. Hawa Salon Muslimah juga akan menggunakan produk dan material yang ramah lingkungan agar tidak merusak lingkungan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Analisis strategi persaingan porter digunakan untuk analisis industri dimana keuntungan dari strategi ini dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi strategi inovatif yang dapat meningkatkan bukan hanya profitabilitas perusahaan tetapi juga industri sebagai satu kesatuan.

Kelima kekuatan kompetitif dalam analisis *five forces* adalah:

a) Kekuatan tawar-menawar dari pemasok (*Bargaining power of suppliers*)

Untuk fasilitas kecantikan berupa salon, Hawa Salon Muslimah memilih Wardah sebagai partnernya dikarenakan beberapa sebab berikut ini :

- 1) Visi dan Misi yang sejalan dengan Hawa Salon Muslimah.
- 2) Mempunyai target market yang sama dengan Hawa Salon Muslimah.
- 3) Mempunyai sistem yang kuat.
- 4) Produk yang sudah tersertifikasi halal sehingga dapat digunakan untuk perawatan wanitamuslimah.
- 5) Mempunyai produk yang bagus dan dapat bersaing serta sudah berlabel halal.
- 6) Tidak mempunyai outlet yang dekat dengan lokasi Hawa Salon Muslimah sehingga persaingan antara sesama merek akan berkurang.



b) Kekuatan tawar-menawar dari pembeli (*Bargaining power of customers*)

Tidak dapat dipungkiri bahwa pembeli atau konsumen adalah faktor terpenting dalam proses pemasaran, dan faktor inilah yang nantinya juga akan berpengaruh terhadap nilai laba sebuah usaha. Yang membuat tawar menawar pembeli ini cukup tinggi adalah:

- 1) Banyaknya pesaing yang bergerak di bidang pelayanan kecantikan.
- 2) Banyaknya pesaing yang menggunakan harga murah sebagai strateginya.
- 3) Banyaknya produk kecantikan yang menjanjikan kesempurnaan secara instant sehingga menarik perhatian sehingga berpindah ke produk kecantikan tersebut.

Diharapkan Hawa Salon Muslimah mampu meminimalisir penawaran tersebut diatas dengan memperhatikan:

- 1) Produk yang ditawarkan harus dapat bersaing.
- 2) Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas barang/jasa yang diberikan
- 3) Menawarkan keunikan yang tidak dimiliki oleh tempat lain.

c) Ancaman dari pendatang baru (*Potential entry of new competitors*)

Kemungkinan untuk mendapatkan persaingan dari pendatang baru cukup tinggi, terutamatatang dari kapitalis yang ingin menjiplak ide yang dimiliki oleh Hawa Salon Muslimah. Oleh karena itu ketika sebuah bisnis ini sudah berjalan dan menerima ancaman pendatang baru, makaadapun beberapa langkah yang dapat dilakukan seperti:

- 1) Peningkatan pelayanan, yaitu menambah kualitas dan kuantitas layanan yang sudah ada agarsemakin berbeda dengan pendatang baru.

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



- 2) Membuat inovasi baru, dengan cara menambah fasilitas, jenis layanan, jenis produk, sertamenambah kelas-kelas untuk komunitas wanita muslimah.
- 3) Selalu berpromosi seperti pemberian bonus dan diskon bagi anggota.

d) Ancaman dari barang substitusi (*Potential development of substitute products*)

Barang substitusi kemungkinan akan menjadi ancaman ketika loyalitas konsumen akan suatu merek teralihkan oleh adanya perbedaan kualitas, harga dan testimoni dari masyarakat. Untuk mengantisipasi datangnya produk substitusi ini perusahaan harus terus mengevaluasi kerjasamadengan pihak-pihak yang terkait terutama dengan bagian produk, karena jika produk tersebut tidak dapat bersaing maka produk tersebut harus dievaluasi untuk tahun kedepannya.

e) Tingkat persaingan di dalam suatu industri (*Rivalry among competing firms*)

Persaingan dengan industri yang sama merupakan ancaman yang cukup serius dihadapi HawaSalon Muslimah saat ini.

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.

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



| Critical Success Factor | Weight | Annisa Salon and Spa Grand Wisata | | Khodijah Salon Muslimah | | Hawa Salon Muslimah | |
|-------------------------|--------|-----------------------------------|------|-------------------------|------|---------------------|------|
| | | Rating | Skor | Rating | Skor | Rating | Skor |
| Fasilitas | 0,2 | 1 | 0,2 | 4 | 0,8 | 3 | 0,6 |
| Harga | 0,1 | 4 | 0,4 | 4 | 0,4 | 3 | 0,3 |
| Pelayanan | 0,1 | 3 | 0,3 | 3 | 0,3 | 4 | 0,4 |
| Kualitas Produk | 0,1 | 4 | 0,4 | 3 | 0,3 | 3 | 0,3 |
| Loyalitas Pelanggan | 0,15 | 4 | 0,6 | 3 | 0,45 | 3 | 0,45 |
| Pangsa Pasar | 0,2 | 4 | 0,8 | 2 | 0,4 | 2 | 0,4 |

F. Analisis Faktor Kesuksesan (SWOT Analysis)

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari bisnis yang dibuat agar dapat membuat strategi guna meraih semua peluang dan mengeliminir kelemahan- kelemahan yang ada. Berikut ini adalah SWOT analisis dari Hawa Salon Muslimah :

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.



| | | |
|--|---|--|
| <p>Matrix SWOT</p> <p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> | <p>Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hawa Salon Muslimah dikhususkan hanya wanita muslimah yang berkerudung jadi pelanggan mendapatkan pelayanan yang eksklusif dan privasi yang utama. 2. Harga yang ditawarkan relatif murah dan cukup terjangkau di semua kalangan 3. Tempat yang nyaman dan mudah 4. Lokasi yang mudah ditemukan dan akses kendaraan mudah karena berada di daerah pertokoan. 5. Terjamin keamanan dan kebersihan salon 6. Produk yang diberikan ke pelanggan adalah produk yang berkualitas dan terbaik. 7. Pelayanan karyawan yang ramah, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan salon | <p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber daya manusia yang masih kurang terampil dikarenakan masih awal merintis. 2. Pengeluaran biaya yang tinggi terutama untuk biaya promosi karena masih awal buka perlu adanya daya tarik konsumen 3. Visi, misi, dan budaya kerja yang belum melekat kepada para pegawai salon yang baru |
| <p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan wanita muslimah yang ingin mendapatkan perawatan kecantikan tetapi ingin menjaga privasinya 2. Memiliki kesempatan dalam mendapatkan pelanggan yang banyak karena masih jarang salon khusus wanita di Bekasi | <p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pelayanan dan kualitas kepada para pelanggan 2. Peningkatan iklan dan promosi agar banyak orang mengetahui Hawa Salon Muslimah | <p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penambahan rekrut karyawan yang memiliki keterampilan yang bagus 2. Menjalin kerjasama dengan para pelanggan agar mereka dapat mempromosikan salon |

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.



| | | |
|---|---|--|
| <p>3. Memberikan pelayanan ekstra kepada pelanggan seperti menawarkan minuman di salon</p> <p>4. Membangun kerjasama dengan para pelanggan untuk mempromosikan salon</p> | | |
| <p>Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing lebih menguasai pasar 2. Adanya kenaikan harga produk yang tidak menentu 3. Adanya jenis perawatan dan produk yang baru yang menyebabkan menarik perhatian pelanggan. 4. Teknologi yang semakin cepat berkembang dan keadaan pasar yang sering berubah-ubah sehingga sulit diprediksi | <p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin kerjasama dengan berbagai pemasok, agar tidak fokus dengan satu pemasok saja 2. Mengikuti berbagai macam 3. Sering mengikuti tren yang sedang berkembang | <p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan mutu karyawan salon 2. Melakukan promosi baik secara <i>online</i> maupun <i>offline</i> |