

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A Tren dan Pertumbuhan Industri

Belanja *online* (*online shopping*) saat ini menjadi pilihan bagi sebagian besar orang. Selain karena lebih hemat waktu dan lebih murah, tersedianya banyak pilihan dalam berbelanja *online* membuat *online shopping* kian digemari oleh pengguna internet. Kegiatan berbelanja *online* yang kerap menyebut pelanggannya dengan panggilan bro dan sis ini memang sudah menjadi kebutuhan dan gaya hidup masyarakat saat ini. Tak hanya dapat menghemat waktu, dengan berbelanja *online* juga memberikan kesempatan bagi konsumen untuk mendapatkan penawaran harga terbaik.

Menurut Shinta, *online shopping* di Indonesia diprediksikan akan tumbuh hingga 57 persen pada tahun 2015 atau meningkat dua kali lipat dibandingkan tahun lalu. Ia menambahkan potensi pertumbuhan belanja *online* ini sejalan dengan target pengguna internet yang dicanangkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatik pada tahun 2015 dengan menargetkan 150 juta pengguna internet dari total penduduk Indonesia sekitar 250 juta. Menurutnya, kecenderungan perempuan meminati belanja *online* terlihat dari produk favorit yang laku terjual, seperti fesyen (41 persen) dan kosmetik (40 persen). Sedangkan, *gadget* dan elektronik masing – masing mencapai 11 persen. Sebagian, besar konsumen melakukan belanja *online* dari 8 – 10 menggunakannya melalui telepon genggam.

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.

Hasil riset BMI Research mencatat pada 2014 mencapai Rp 21 triliun.

Nilai rata-rata belanja per orang dalam satu tahun mengeluarkan Rp 825.000.

Dengan asumsi nilai belanja yang sama, maka di tahun 2015 diprediksikan menjadi Rp 50 triliun. Sementara sisi demografi, peminat belanja *online* masih didominasi oleh kaum hawa dengan jumlah persentase mencapai 53 persen, dimana 56 persennya masih berusia muda sekitar 18 – 30 tahun.

Menurut Saedah, nilai tambah yang dihasilkan subsektor fesyen dan kerajinan berturut-turut sebesar 44,3 persen dan 24,8 persen dari total kontribusi sektor industri kreatif. Sementara penyerapan tenaga kerja sebesar 54,3 persen dan 31,13 persen, dan jumlah usaha sebesar 51,7 persen dan 35,7 persen. Dominasi kedua subsektor tersebut karena populasinya menyebar di seluruh wilayah Indonesia, yang didukung kekayaan budaya etnis di masing-masing daerah. Pertumbuhan industri kreatif harus ditopang dengan kekuatan enam pilar ekonomi kreatif diantaranya sumber daya insani, industri, teknologi, sumber daya, institusi, dan lembaga pembiayaan. Menurutnya, pembangunan industri kreatif pada hakekatnya dipayungi oleh kerja sama antara cendekiawan, bisnis, dan pemerintah yang disebut sebagai Triple Helix.

Sumber: wartakota.tribunnews.com

E Analisis Pesaing Sejati / Langsung

Menurut Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2014:94), analisis pesaing adalah mengidentifikasi pesaing utama; menilai tujuan mereka, strategi, kekuatan

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.



dan kelemahan, dan pola reaksi; dan memilih pesaing untuk diserang atau dihindari.



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

Pesaing adalah perusahaan lain yang menghasilkan, menawarkan maupun menjual barang dan atau jasa yang sama ataupun serupa dengan produk dan jasa yang ditawarkan oleh *NOIDE Store*. Persaingan dalam bisnis merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari dan pasti terjadi. Oleh karena itu, penetapan pesaing harus diperhatikan secara baik.

Ada 2 (dua) pesaing *NOIDE Store* yang telah terlebih dahulu terjun dalam bisnis legging *high-waisted* inframerah, diantaranya adalah *Toko One* dan *Toko Cantik Alami*. Harga produk yang ditawarkan oleh pesaing berkisar Rp77,000 hingga Rp85,000. Namun, kedua toko tersebut memiliki kualitas pelayanan yang rendah sehingga *NOIDE Store* menilai bahwa kedua pesaing tersebut tidak mengutamakan kenyamanan pelanggan dalam berbelanja. Hal ini dapat dijadikan sebagai peluang oleh *NOIDE Store* dengan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan dan mengutamakan kenyamanan pelanggan dalam berbelanja.

Analisis pesaing berguna untuk mendasari keputusan tentang produk yang dipasarkan agar kemudian diperoleh laba yang optimal. Pasar berubah karena adanya perubahan kebutuhan pembeli, teknologi baru, kekuatan sosial – ekonomi, dan kegiatan persaingan. Perubahan – perubahan ini menciptakan peluang dan ancaman baru bagi perusahaan untuk melayani pasar.

Analisis PESTEL

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



Analisis lingkungan bisnis yaitu mencakup analisis PESTEL (*Politic,*

C *Economic, Social, Technology, Legal, dan Environmental*) merupakan alat analisis yang sangat membantu pelaku bisnis untuk memahami gambaran menyeluruh mengenai lingkungan bisnis yang akan ditetapkan sebagai tempat untuk mendirikan suatu usaha. Dengan menggunakan analisis ini, pelaku bisnis dapat mengetahui kesempatan maupun ancaman yang ada di sekitarnya. Pemahaman mengenai lingkungan usaha secara menyeluruh dapat membantu perusahaan mengambil kesempatan atau peluang usaha yang ada dan meminimalisir risiko atau ancaman yang dapat mempengaruhi bisnis yang dijalankan.

1. *Political (Politik)*

Dalam berbisnis sangatlah penting mempertimbangkan risiko politik dan pengaruhnya terhadap perusahaan. Hal ini patut dipertimbangkan karena perubahan kebijakan politik di suatu negara dapat menimbulkan dampak besar pada sektor keuangan dan perekonomian negara tersebut. Risiko politik umumnya berkaitan erat dengan pemerintahan serta situasi politik dan keamanan di suatu negara. Politik akan memberikan pengaruh yang sangat besar untuk perjalanan sebuah bisnis. Situasi politik yang tidak stabil akan mengakibatkan perekonomian merosot sehingga memiliki dampak besar terhadap bisnis yang sedang dijalankan. Sebagai seorang pemilik bisnis diperlukan kepekaan dan pengetahuan terhadap politik sehingga dapat mempersiapkan strategi – strategi yang tepat untuk menghadapi ancaman maupun peluang yang ada untuk perkembangan bisnis di masa mendatang. Kondisi politik yang kurang stabil membuat *NOIDE Store* lebih berhati – hati dalam mempertimbangkan strategi yang akan diambil untuk memasarkan produknya.

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



2. *Economic* (Ekonomi)

Tingkat perekonomian masyarakat yang baik mempengaruhi daya beli masyarakat terhadap suatu barang atau jasa. Perubahan dalam sistem ekonomi di suatu negara mempunyai pengaruh besar pada keberhasilan sistem bisnis. Adanya krisis ekonomi yang mengancam Indonesia sekarang ini membuat banyak karyawan mengalami PHK sehingga daya beli masyarakat pun menurun akibat kehilangan pekerjaan yang menjadi sumber penghasilan mereka. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi *NOIDE Store* untuk mengatasi permasalahan krisis ekonomi yang akan berdampak pada tingkat pembelian konsumen kedepannya, salah satunya adalah penetapan harga jual produk.

3. *Social* (Sosial)

Seiring berkembangnya waktu, gaya hidup yang modern membuat manusia menginginkan segala sesuatu yang serba instan, baik dalam hal pangan maupun sandang. Hal ini dapat diamati dari gaya hidup para wanita yang mendambakan bentuk badan ideal namun tak jarang mereka hanya menginginkan cara yang instan tanpa perlu melakukan olahraga karena hambatan waktu, biaya dan lainnya. Produk legging *NOIDE Store* ini diyakini akan diminati oleh kalangan wanita remaja hingga dewasa di perkotaan karena produk ini sesuai dengan kebutuhan fesyen masyarakat masa kini yang tidak hanya nyaman dipakai, namun juga memberikan manfaat untuk merampingkan bagian perut pemakainya.

4. *Technology* (Teknologi)

© 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.



Bagi dunia bisnis *online*, memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk melakukan perdagangan merupakan hal yang wajib agar bisnis yang dijalankan tidak ketinggalan zaman. Adanya perkembangan teknologi saat ini memberikan banyak kemudahan bagi para pebisnis dalam menjalankan bisnisnya. Produk legging ini akan diberikan tambahan teknologi inframerah pada bagian perut, yang memiliki manfaat untuk membantu pembakaran lemak. Inframerah ini hanya diberikan pada legging bagian perut karena alasan kenyamanan pemakaian sehingga produk ini tidak hanya sekedar legging yang nyaman tetapi dapat memberikan manfaat lain yang dapat membentuk tubuh pemakainya menjadi ramping. Dalam menjalankan bisnisnya, *NOIDE Store* akan berusaha untuk selalu *update* dengan perkembangan teknologi yang ada agar kemajuan teknologi dapat dimanfaatkan dengan baik untuk mengembangkan bisnis ini.

5. *Legal (Hukum)*

Pemerintah berencana untuk memberikan peraturan bagi para pelaku usaha *online* untuk wajib mendaftarkan perusahaannya melalui sistem elektronik atau berbasis *online* memiliki nomor identitas demi melindungi konsumen dan juga pelaku usaha. Sebagai pelaku bisnis yang baru, *NOIDE Store* berpendapat bahwa peraturan tersebut dapat membantu *NOIDE Store* memiliki kredibilitas dalam menjalankan usaha karena adanya jaminan keamanan bagi konsumen dalam berbelanja. Adanya peraturan tersebut juga dapat membantu meminimalisir para pelaku usaha yang tidak jujur.

6. *Environmental (Lingkungan)*

© 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.



Adanya isu pemanasan global menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan *NOIDE Store* dalam menjalankan usahanya. Kepedulian akan lingkungan dapat mendukung proses operasional bisnis. Dalam menjalankan bisnisnya, *NOIDE Store* akan mengurangi penggunaan peralatan dan perlengkapan yang tidak ramah lingkungan salah satunya adalah kantong plastik.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D Analisis Lima Kekuatan Porter (*Porter Five Forces Analysis*)

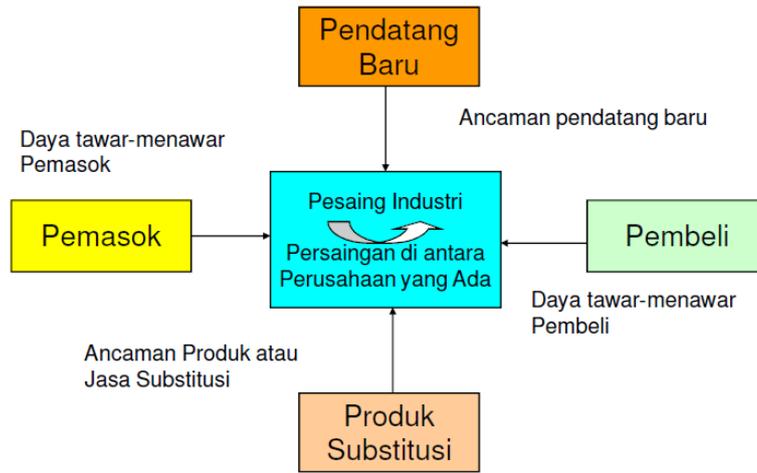
Model lima kekuatan Porter tentang analisis kompetitif merupakan pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi dalam banyak industri. Dalam model ini, akan dianalisis lingkungan persaingan yang terdapat dalam suatu industri analisis. Terdapat lima kekuatan yang akan dianalisis, yaitu persaingan antar perusahaan sejenis, potensi pengembangan produk substitusi, kekuatan tawar – menawar pembeli / konsumen, kemungkinan masuknya pesaing baru dan kekuatan tawar – menawar penjual / pemasok.

Analisis yang dilakukan nantinya akan menghasilkan ancaman atau peluang yang dikontribusikan oleh masing – masing kekuatan terhadap industri yang dianalisis.

Berikut ini adalah gambar Lima Kekuatan Porter:

Gambar 3.1
Model Lima Kekuatan Porter

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.



Sumber: Fred R. David dan Forest R. David, *Strategic Management: Concepts and Cases Fifteenth Edition*, 2015:239

1. Persaingan Antar Perusahaan Sejenis

Banyaknya jumlah pesaing dalam industri fesyen menjadi bukti bahwa bisnis fesyen memiliki persaingan yang tinggi. Dalam menghadapi tingginya persaingan yang ada, *NOIDE Store* perlu menyiapkan strategi – strategi yang tepat untuk dijadikan senjata dalam memulai bisnis ini. *NOIDE Store* akan memberikan sesuatu yang berbeda dalam produk leggingnya dan pelayanan yang dimaksimalkan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen dalam berbelanja. Konsumen yang membeli produk legging ini dipastikan akan mendapatkan ukuran yang sesuai dengan bentuk badannya. Meskipun transaksi yang dilakukan adalah *online* atau tanpa melihat produk secara langsung namun *NOIDE Store* akan memberikan deskripsi produk sedetail mungkin untuk memudahkan pembeli dalam menentukan produk yang akan dibeli.

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



Mengikuti perkembangan dunia fesyen seakan – akan tak pernah ada habisnya. Pergantian mode yang cenderung cepat dan masyarakat yang konsumtif akan fesyen menjadi salah satu faktor utama kemajuan industri fesyen di Indonesia. Tidaklah heran bila peluang tersebut kini banyak dimanfaatkan para pelaku usaha untuk mendatangkan untung besar setiap bulannya. Banyaknya persaingan dalam dunia fesyen membuat para pebisnis yang baru akan memulai usaha dalam bidang fesyen harus memutar otak untuk menciptakan sesuatu yang berbeda agar dapat menarik perhatian konsumen. *NOIDE Store* sebagai pelaku bisnis yang baru akan menawarkan legging dengan desain yang lebih unik dibandingkan legging pada umumnya yang hanya sekedar untuk dipakai sebagai celana untuk bersantai dan olahraga. Legging *NOIDE Store* merupakan legging *high-waisted* yang memiliki teknologi inframerah. Teknologi inframerah ini hanya diberikan pada bagian perut saja agar konsumen yang memakai celana ini tetap merasa nyaman. Memang tidak menutup kemungkinan pesaing baru akan terus bermunculan sehingga hal ini akan menjadi ancaman yang serius apabila *NOIDE Store* tidak bisa membangun *brand image* di benak konsumen. *Brand image* yang populer dapat menjadi hambatan bagi pesaing baru untuk memulai bisnis yang sejenis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ancaman masuknya pesaing baru cenderung tinggi karena para pelaku usaha selalu mencari tahu mengenai perkembangan tren yang sedang diminati oleh masyarakat agar dapat menawarkan barang yang sesuai keinginan masyarakat.

3. Potensi Pengembangan Produk Pengganti

© 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.



Barang dengan harga yang mahal biasanya akan membuat konsumen beralih untuk mencari barang yang lebih murah dengan manfaat yang sama. *NOIDE Store* memberikan harga yang telah dipertimbangkan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Selain itu, *NOIDE Store* akan terus berupaya agar stok legging yang dijual selalu tersedia agar konsumen tidak beralih untuk mencari produk pengganti maupun produk sejenis di tempat lain. Kecenderungan wanita untuk kurus secara instan tanpa melakukan olahraga membuat potensi munculnya produk substitusi semakin tinggi yang saling bersaing untuk menguasai pasar karena pasar ini memiliki peluang yang besar untuk disasar.

4. Kekuatan Tawar – Menawar Penjual / Pemasok

Besar kecilnya kekuatan daya tawar dari pemasok dapat mempengaruhi eksistensi dari suatu usaha. Biasanya sedikit jumlah pemasok, semakin penting produk yang dipasok, akan semakin kuat posisi tawarnya. Meskipun bisnis fesyen pada umumnya merupakan bisnis yang memiliki banyak pemasok yang identik dengan daya tawar rendah. Namun, bisnis fesyen yang dijalankan oleh *NOIDE Store* ini memiliki jumlah pemasok yang tidak banyak sehingga daya tawar pemasok cenderung kuat karena kesulitan dalam mencari pemasok lain yang menawarkan produk sejenis.

5. Kekuatan Tawar – Menawar Pembeli / Konsumen

Kecenderungan masyarakat untuk memiliki tubuh ideal secara instan dapat menjadi peluang bagi *NOIDE Store* untuk menawarkan produk legging *high-waisted* inframerah karena produk ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat

© 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.



masa kini. Minat konsumen untuk produk pelangsing cenderung tinggi karena cara penggunaannya yang efektif sehingga dapat dilakukan oleh siapapun terutama orang – orang yang padat dengan rutinitas sehari – hari sehingga tidak memiliki waktu untuk berolahraga. Harga produk yang ditetapkan *NOIDE Store* juga tidak terlalu mahal sehingga dapat dengan mudah dijangkau oleh hampir semua kalangan. Dengan demikian, kekuatan tawar – menawar konsumen dalam hal ini dikatakan lemah karena peminat produk sejenis ini cukup banyak.

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

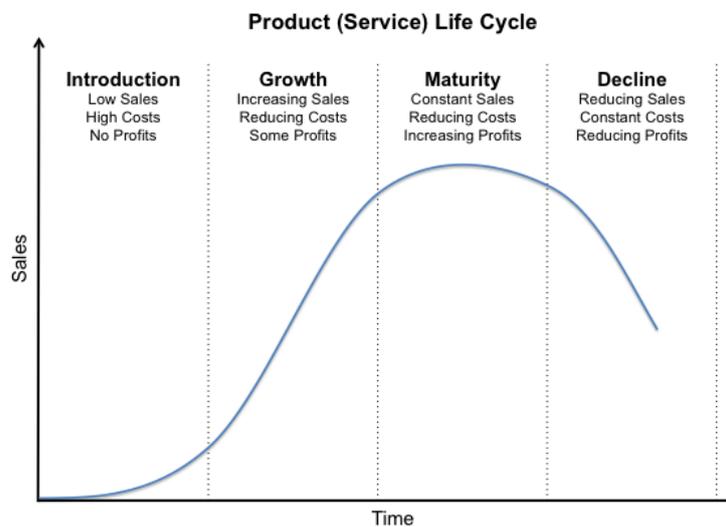
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Analisis Posisi dalam Persaingan

Gambar 3.2
NOIDE Store



Sumber:

Kotler dan Keller, *Marketing Management Fourteenth Edition*, 2012:332

Menurut Kotler dan Keller (2012:332), kebanyakan kurva siklus hidup produk digambarkan seperti bentuk lonceng. Kurva ini biasanya dibagi menjadi 4 (empat) tahap, meliputi pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan dan penurunan.



1. Pengenalan (*Introduction*) - periode dimana perusahaan mengalami peningkatan penjualan yang lambat sebagai produk yang baru diperkenalkan di pasar. Tidak ada keuntungan yang diterima karena beratnya biaya yang dikeluarkan sebagai sebuah produk baru.
2. Pertumbuhan (*Growth*) - periode dimana penerimaan pasar cepat dan peningkatan laba cukup besar.
3. Kedewasaan (*Maturity*) - kondisi pada saat perusahaan mengalami perlambatan penjualan karena produk telah diterima oleh sebagian besar pembeli potensial. Keuntungan yang didapatkan stabil atau menurun yang disebabkan oleh peningkatan persaingan.
4. Penurunan (*Decline*) – penjualan menunjukkan penurunan dan keuntungan perusahaan mengikis.

© 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.

NOIDE Store merupakan bisnis yang baru akan dimulai pada awal tahun 2017. Pada tahap awal, akan dilakukan beberapa upaya promosi untuk memperkenalkan *NOIDE Store* kepada konsumen. Promosi – promosi yang dilakukan akan menghabiskan biaya yang tidak sedikit demi mendongrak merek *NOIDE Store* dan penjualan produk yang ditawarkan *NOIDE Store*. Biaya yang dihabiskan dalam tahap pengenalan ini akan lebih banyak tercurur untuk melakukan promosi. Dalam tahap ini, produk legging *NOIDE Store* sudah siap untuk dipasarkan secara *online*. Hanya saja *NOIDE Store* perlu meningkatkan *brand image* terlebih dahulu untuk membantu proses pemasaran produk.

F Analisis Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix*)

Menurut David (2015:245), *Competitive Profile Matrix (CPM)*

Ⓒ mengidentifikasi pesaing utama perusahaan melalui kekuatan dan kelemahan pesaing dalam kaitannya dengan posisi strategis perusahaan pesaing. Dalam menganalisis *CPM* terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu:

1. *Critical Success Factor (CSF)*

CSF atau faktor penentu keberhasilan adalah faktor terpenting yang mempengaruhi keberhasilan organisasi. Biasanya poin – poin dalam *CSF* mengacu pada hal – hal yang dianggap penting dari sisi konsumen.

2. *Weight*

Weight atau bobot merupakan poin yang berguna untuk menilai penting tidaknya suatu faktor dalam *Critical Success Factor (CSF)* terhadap kesuksesan perusahaan tersebut. Bobot berkisar dari 0,0 yang berarti sangat tidak penting hingga 1,0 sangat penting. Semua bobot yang dianalisis jika ditotal harus sama dengan 1,0.

3. *Rating*

Rating yang ada di matriks *CPM* menunjukkan respon pada perusahaan terhadap faktor – faktor yang jadi penentu keberhasilan perusahaan. Semakin tinggi angka dari rating berarti menunjukkan bahwa perusahaan dengan baik mampu merespon faktor penentu keberhasilan dan peringkat menunjukkan kekuatan yang utama bagi perusahaan tersebut. Angka peringkat yang diberikan yaitu antara 1,0 – 4,0 dan dapat diterapkan pada setiap faktor. Ada beberapa catatan penting yang harus diperhatikan di dalam pemberian rating, yaitu antara lain:

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.



- a. Peringkat akan diterapkan dalam setiap *critical success factors*.
- b. Respon perusahaan yang kurang pada *critical success factors* diwakili oleh 1,0. Peringkat ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kelemahan utama perusahaan.
- c. Respon rata – rata terhadap *critical success factors* diwakili oleh 2,0. Peringkat ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kelemahan minor perusahaan.
- d. Respon di atas rata – rata terhadap *critical success factors* diwakili oleh 3,0. Peringkat ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kekuatan minor perusahaan.
- e. Respon yang terbaik terhadap *critical success factors* diwakili oleh 4,0. Peringkat ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kekuatan utama perusahaan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Score

Score merupakan hasil perkalian dari *weight* dengan *rating* dari masing – masing perusahaan.

5. Total Score

Jumlah *total score* dari masing – masing perusahaan berkisar antara 1 (rendah) hingga 4 (tinggi). Rata – rata total adalah 2,5, sehingga jika perusahaan memiliki nilai di bawah 2,5 dikatakan perusahaan tersebut memiliki posisi yang relatif lemah dalam persaingan. Sementara itu, jika nilai di atas 2,5

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.



dikatakan perusahaan tersebut memiliki posisi yang relatif kuat dalam persaingan. Angka yang didapat bukan bertujuan untuk menggambarkan kekuatan relatif dari perusahaan – perusahaan dalam persaingan sehingga dapat menjadi pemenang dalam persaingan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tabel 3.1
NOIDE Store
Analisis Competitive Profile Matrix (CPM)

Faktor - Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	NOIDE Store (rencana)		Toko One		Toko Cantik Alami	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Harga	0.18	4	0.72	3	0.54	2	0.36
Promosi	0.19	3	0.57	2	0.38	2	0.38
Kualitas Produk	0.16	3	0.48	2	0.32	3	0.48
Manfaat Produk	0.20	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Kualitas Pelayanan	0.21	4	0.84	1	0.21	1	0.21
Variasi Produk	0.01	1	0.01	3	0.03	3	0.03
Kredibilitas Tenaga Penjual	0.05	3	0.15	2	0.1	2	0.1
Total	1.00	-	3.37	-	2.18	-	2.16

Sumber: NOIDE Store

Dari tabel CPM di atas terdapat 7 (tujuh) poin yang dianggap penting untuk mempengaruhi keberhasilan dari perusahaan NOIDE Store. Ketujuh poin tersebut terdiri dari harga, promosi, kualitas produk, manfaat produk, kualitas layanan, variasi produk, dan kredibilitas tenaga penjual. Dari hasil perbandingan dengan kedua pesaing yang menjual produk sejenis, NOIDE Store memiliki keunggulan dalam harga, promosi dan kualitas pelayanan. Dalam hal nama merek, NOIDE Store sebagai pendatang baru yang belum mempunyai merek yang dikenal oleh konsumen jika dibandingkan dengan Toko One dan Toko Cantik Alami yang sudah terlebih dahulu memulai bisnisnya.

Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

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.



Metode analisis *SWOT* merupakan alat yang tepat untuk menemukan

masalah dari 4 (empat) sisi yang berbeda, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan dari sebuah peluang (*opportunities*) yang ada, kemudian bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Dengan saling berhubungannya 4 faktor tersebut, maka membuat analisis ini memberikan kemudahan untuk mewujudkan visi dan misi suatu perusahaan.

1. *Strengths* (Kekuatan)

- Harga yang ditawarkan cukup bersaing dengan harga kompetitor
- Prosedur pembelian yang mudah
- Menggunakan sarana penjualan masa kini
- Memberikan solusi yang efisien bagi wanita – wanita yang memiliki rutinitas yang padat

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

- Merek *NOIDE Store* belum dikenal masyarakat
- Struktur organisasi masih sederhana
- Produk yang ditawarkan tidak variatif
- Belum memiliki pelanggan tetap

3. *Opportunities* (Peluang)

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.



- Gaya hidup masyarakat yang konsumtif
- Pentingnya bentuk tubuh ideal bagi sebagian besar kalangan wanita
- Industri fesyen yang meningkat semakin pesat
- Kekuatan tawar – menawar konsumen yang rendah
- Kecanggihan teknologi yang semakin berkembang pesat dan memberikan banyak kemudahan
- Pendapatan masyarakat yang meningkat setiap tahunnya
- Adanya program pelatihan e-commerce yang diselenggarakan oleh Kominfo
- Berlokasi di ibukota Jakarta yang memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak

4. *Threats* (Ancaman)

- Adanya inovasi baru yang lebih unggul
- Aksi banting harga yang dilakukan oleh pesaing
- Tingginya ancaman produk substitusi
- Kekuatan tawar – menawar pemasok yang tinggi
- Adanya *hacker* yang dapat membobol sistem keamanan untuk mendapatkan informasi penting *NOIDE Store*

Menurut David (2015:259), matriks *SWOT* adalah alat pencocokan yang penting yang membantu manajer mengembangkan empat strategi: strategi *SO*, strategi *WO*, strategi *ST*, dan strategi *WT*. Mencocokkan faktor kunci internal dan eksternal merupakan bagian tersulit dalam pengembangan matriks *SWOT* dan membutuhkan penilaian yang baik.

© 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.



Tabel 3.2
NOIDE Store
Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT	Strengths		Weaknesses	
	1	Harga yang ditawarkan cukup bersaing dengan harga kompetitor	1	Merek NOIDE Store belum dikenal masyarakat
	2	Prosedur pembelian yang mudah	2	Struktur organisasi masih sederhana
	3	Menggunakan sarana penjualan masa kini	3	Produk yang ditawarkan tidak variatif
	4	Memberikan solusi yang efisien bagi wanita - wanita yang memiliki rutinitas yang padat	4	Belum memiliki pelanggan tetap
Opportunities	S-O Strategies		W-O Strategies	
1	Meminta <i>feedback</i> dari pelanggan setiap kali melakukan transaksi dengan NOIDE Store (S1, S2, S3, O1, O3, O4, O6)	1	Gencar melakukan promosi melalui jasa promosi di jejaring sosial dan menjadi <i>gold merchant market place</i> (W1, W4, O1, O2, O3, O4, O5, O6)	
2	Memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen (S1, S3, S5, O1, O4, O6)	2	Menjadi online shop legging high-waisted inframerah terkemuka di Indonesia (W1, W3, O1, O3, O4, O7)	
3	Meningkatkan kualitas produk (S5, O1, O2, O3, O4, O6)	3	Terus mengembangkan produk NOIDE Store berdasarkan masukan yang diberikan oleh pelanggan (W3, O1, O2, O3, O4)	
4	Mengikuti perkembangan market place (S3, S4, O1, O4, O5, O7, O8)			
5	Menjaga kestabilan harga produk (S1, O1, O3, O4, O6, O8)			
Threats	S-T Strategies		W-T Strategies	
1	Selalu update dengan harga - harga dari supplier dan pesaing (S1, T2, T3, T4)	1	Mengembangkan struktur organisasi menjadi lebih profesional (W1, W2, T1, T3)	
2	Memantau informasi mengenai ancaman <i>hacker</i> yang semakin canggih (S3, S4, T5)	2	Membangun <i>brand image NOIDE Store</i> agar menjadi <i>online shop</i> terpercaya (W1, W4, T1, T3)	
3	Memberikan harga yang lebih murah dari pesaing (S1, T1, T2, T3)	3	Menawarkan kualitas produk yang lebih baik dari pesaing (W1, W3, W4, T1, T2, T3)	
4	Menjalin hubungan yang baik dengan pemasok (S1, T1, T2, T4)			

Hak cipta milik IBI KKG Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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