

BAB III

ANALISIS INDUSTRI

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Gambaran Masa Depan

Dalam analisis gambar masa depan ini tidak hanya mempengaruhi secara tidak langsung kegiatan masa depan suatu usaha tetapi juga dapat menentukan kelangsungan pemasaran suatu usahayang di jalankan.Karena alasan tersebut, maka analisis industri sangat penting dilakukan oleh seorang wirausaha untuk mengetahui tentang industri yang ingin dimasuki.Untuk memulai sebuah usaha, perlu dibuat perencanaan yang matang. Hal yang sangat penting adalah menentukan jenis usaha yang cocok untuk dijalankan. Hal ini terkait dengan kemampuan masing-masing individu, karena untuk membuat atau mendirikan usaha baru, harus benar-benar memahami proses bisnis dari A-Z usaha yang akan digeluti tersebut, beserta risiko-risiko yang dapat terjadi.

Menurut Robert D. Hisrich, Michael P. Peters, dan Dean A. Shepherd (2013:196)

Analisis industri adalah meninjau kembali tren industri dan strategi-strategi persaingan, misalnya permintaan dalam suatu industri yang informasinya dapat diperoleh dengan mudah atau tingkat persaingan yang ada dalam suatu industri. Beberapa faktor tentang spesifikasi trend industri diantaranya,yaitu:

Pertama,permintaan industri. Permintaan selalu berhubungan dengan industri yang sedang berkembang dimasyarakat.Informasi dan pengetahuan tentang permintaan





dari masyarakat akan menentukan seberapa potensinya usaha yang akan di bangun dan memperkirakan besar nya market share yang bisa diperoleh dari industri tersebut.

Kedua, persaingan. Setiap usaha yang dilakukan tidak pernah terlepas dari adanya persaingan, baik itu persaingan langsung maupun tidak langsung karena itu penting untuk mengetahui informasi tentang pesaing, kekuatan dan kelemahan, dan sebaiknya agar dapat mempersiapkan diri menghadapi ancaman dari pesaing-pesaing.

Bagian terakhir dari analisis industri adalah fokus pada market tertentu, artinya mengetahui informasi tentang siapa yang akan menjadi calon pelanggan, lingkungan bisnis seperti apa yang terdapat dalam pasar, dan area geografisnya dimana suatu usaha dapat berjalan.

Dalam hal ini, untuk itu penulis sudah berkunjung dan melakukan *survey* di daerah Jakarta Barat bahwa permintaan akan jasa kecantikan bulu mata sangat banyak, sedangkan jasa penyedia kecantikan bulu mata masih sangat terbatas dikarenakan diperlukannya keahlian khusus untuk dapat menanam, merawat, dan mempercantik bulu mata. Dengan demikian Felita Lashes melihat ini sebagai sebuah peluang yang sangat baik untuk dapat memenuhi permintaan di bisnis kecantikan bulu mata dan diharapkan dapat berkembang untuk menjadi pemimpin pasar di sektor bisnis kecantikan bulu mata kedepannya. Masih minimnya persaingan dan banyaknya permintaan yang mempunyai ceruk pasar tertentu tersebut kesempatan yang sangat baik untuk membangun merek Felita Lashes dengan cepat karena menyediakan jasa profesional dibidang kecantikan bulu mata.



Diharapkan dengan dibukanya Felita Lashes ini dapat membantu memberikan lapangan pekerjaan dan dapat membantu meningkatkan kecantikan setiap orang dalam berpenampilan. Visi dari Felita Lashes sendiri adalah untuk menjadi penyedia jasa kecantikan bulu mata paling populer di seluruh dunia. Sedangkan, Misi dari Felita Lashes adalah menyediakan jasa kecantikan bulumata yang profesional, nyaman, sehat, dan memuaskan dengan pelayanan handal dilengkapi teknologi paling modern namun dengan harga yang terjangkau.

B. Analisis Pesaing

Persaingan merupakan hal yang tidak dapat dihindari dalam suatu bisnis dan dalam suatu persaingan bisnis pasti terdapat kompetitor atau pesaing lain yang menjual produk atau jasa sejenis dengan perusahaan kita. Dengan adanya kompetitor persaingan dalam membangun keunggulan dalam pasar harus terus dilakukan untuk lebih mensukseskan perusahaan agar tidak kalah bersaing dengan kompetitor lain. Dengan adanya kompetitor akan memudahkan konsumen untuk memperoleh alternatif lain dari produk kita.

Dalam menganalisa pesaing sejenis ada beberapa cara yang dapat dilakukan dan diperhatikan dengan analisis *SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)*. Untuk menganalisa pesaing tersebut penulis melakukan penelitian terhadap konsumen pesaing menggunakan Analisa *Competitive Profile Matrix*.

Ditinjau dari segi lokasi Felita Lashes yang berlokasi di Jakarta Barat, Felita Lashes memiliki beberapa pesaing. Berikut ini pesaing-pesaing utama dari Felita Lashes.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI IKKG (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.



1. Labelle merupakan penyedia jasa kecantikan bulu mata yang mempunyai keunggulan yaitu mempunyai banyak cabang dan sebagian besar berlokasi di mall sehingga cepat mendapatkan dan diketahui konsumen.
2. Glowing Browlash merupakan penyedia jasa kecantikan bulu mata yang mempunyai keunggulan banyaknya tenaga kerja profesional yang selalu ontime sehingga setiap pelanggan tidak perlu antri dan menunggu lama untuk memperoleh perawatan, selain itu dengan banyak dengan banyaknya tenaga kerja yang dimiliki akan lebih meyakinkan setiap konsumen bahwa penyedia jasa merupakan profesional dan berkualitas.
3. Beauty Time merupakan penyedia jasa kecantikan bulu mata yang mempunyai keunggulan penyebarannya secara besar-besaran sehingga mudah ditemukan konsumen dan mempunyai pangsa pasar yang sangat besar di setiap daerah.

Tabel 3.1

Tabel Analisis CPM

(Competitive Profile Matrix)

Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	Felita Lashes		Labelle		Glowing Browlash		Beauty Time	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Kualitas Produk	0,15	4	0,6	4	0,6	3	0,45	3	0,45
Kualitas Pelayanan	0,15	4	0,6	3	0,45	4	0,6	3	0,45
Harga	0,2	4	0,8	3	0,6	3	0,6	4	0,8
Lokasi	0,1	2	0,2	4	0,4	3	0,3	4	0,4
Fasilitas	0,05	3	0,15	4	0,2	3	0,15	4	0,2
Promosi	0,05	4	0,2	2	0,1	3	0,15	2	0,1
Profesional Pekerja	0,05	3	0,15	2	0,1	3	0,15	2	0,1
Kebersihan	0,15	4	0,6	3	0,45	3	0,45	2	0,3
Desain Tempat	0,05	3	0,15	4	0,2	4	0,2	3	0,15
Brand Image	0,05	2	0,1	3	0,15	3	0,15	4	0,2
Total	1		3,55		3,25		3,2		3,15

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumbernya.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya tulis, penerbitan, penyusunan laporan, atau keperluan administratif.
 b. Penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Melihat ketatnya persaingan yang ada, maka Felita Lashes harus memiliki suatu keunggulan tertentu yang dapat menjadi kekuatan jasa yang diberikan untuk memperoleh pasar. Untuk menjadi unggul dalam persaingan, dibutuhkan beberapa hal yang harus dijalankan dan diperhatikan dalam menjalankan bisnis, yaitu :

1. Kualitas produk

Kualitas produk merupakan salah satu hal yang paling penting untuk membuat suatu keputusan faktor tertinggi untuk mempertimbangkan dalam hal membuat keputusan dalam membeli atau menggunakan suatu produk, serta loyalitas konsumen untuk menjadi pelanggan setia.

2. Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan salah satu faktor terpenting dalam bidang jasa. Dengan adanya pelayanan yang baik dan memuaskan kepada pelanggan, akan menarik loyalitas pelanggan untuk kembali melakukan penggunaan produk atau jasa pada perusahaan kita dan meningkatkan kepercayaan pelanggan pada manfaat produk maupun hasil jasa yang mereka terima dari perusahaan kita.

3. Harga

Harga merupakan hal terpenting yang sangat berpengaruh dalam menentukan keputusan setiap konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Untuk itu dalam menetapkan suatu harga harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat terhadap kebutuhan produk atau jasa tersebut dan juga harus melihat harga yang ditentukan pesaing sejenis. Namun penentuan harga yang paling efektif dan menguntungkan dapat ditetapkan berdasarkan jumlah kebutuhan dan jumlah ketersediaan produk



atau jasa di pasaran, serta kualitas produk atau jasa yang diberikan untuk kepuasan pelanggan sehingga harga dapat ditentukan seefektif mungkin untuk memperoleh minat pelanggan dan keuntungan semaksimal mungkin untuk perusahaan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Lokasi

Pemilihan lokasi juga sangat berpengaruh pada minat setiap pelanggan untuk menggunakan jasa perusahaan kita. Untuk itu pemilihan lokasi harus strategis, mudah untuk diakses, suasana yang nyaman, dan dekat dengan supplier bahan baku maupun target pasar yang dituju agar dapat seefisien dan seefektif mungkin dalam mencapai tujuan perusahaan.

5. Fasilitas

Kelengkapan fasilitas suatu usaha merupakan nilai tambah yang penting untuk menarik perhatian pelanggan untuk bersinggah dan menggunakan jasa perusahaan kita. Apalagi dalam bisnis kecantikan kelengkapan fasilitas merupakan salah satu hal utama yang mempengaruhi hasil jasa yang diberikan dan menjadi penarik pelanggan.

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. Promosi

Promosi merupakan hal yang tidak kalah pentingnya untuk kemajuan suatu bisnis khususnya pada perusahaan baru. Promosi merupakan cara yang paling efektif untuk memperkenalkan perusahaan dan menarik pelanggan baru untuk tertarik pada perusahaan.

7. Kebersihan

Kebersihan merupakan hal penting untuk menjaga loyalitas setiap pelanggan khususnya pada bisnis kecantikan dimana kesehatan akan jasa yang diberikan merupakan faktor utama yang diperhatikan setiap pelanggan.

8. Desain Tempat

Desain tempat pada bisnis kecantikan merupakan salah satu hal yang juga cukup penting dalam menjaga kenyamanan setiap pelanggan yang datang dan menjaga agar setiap pelanggan tidak bosan dengan suasana ruangan.

9. Brand Image

Brand image juga menjadi hal yang cukup penting akan kemajuan suatu bisnis dan membangun kepercayaan setiap pelanggan, karena dengan brand image yang baik dan populer maka pelanggan akan semakin tertarik untuk datang menggunakan jasa perusahaan.

© 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.



Kesimpulan dalam analisis CPM, jika dilihat dari berbagai variabel yang telah disebutkan diatas maka Felita Lashes memiliki nilai yang paling besar dan mampu menghadapi persaingan dengan berbagai macam pesaing sejenis dalam bisnis kecantikan bulu mata lainnya, yaitu yang paling dekat Labelle, Glowing Browlash, dan Beauty Time. Hal tersebut diperoleh melalui keunggulan kekuatan utama Felita Lashes, yaitu memberikan kualitas produk yang tinggi dalam memberikan jasa sehingga hasil lebih maksimal dibandingkan pesaing lainnya, Felita Lashes juga menggunakan tenaga kerja yang sudah terlatih dalam pemberian jasanya sehingga lebih memuaskan konsumen, Felita Lashes juga mempunyai keunggulan dalam harga yang diberikan lebih unggul dibandingkan pesaing lain dikarenakan biaya operasional yang tidak sebesar pesaing sehingga menekan harga, Felita Lashes juga mempunyai keunggulan dalam hal promosi terutama dalam memberikan berbagai promo dan diskon dan juga mengandalkan kekuatan mulut ke mulut yang sangat efektif untuk menarik konsumen lainnya, selain itu Felita Lashes juga mengutamakan kebersihan untuk menjaga kesehatan pemberian jasa.

Menurut Fred R. David (2013:145) berdasarkan 5 kekuatan bersaing porter tentang analisis kompetitif merupakan pendekatan yang dapat digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di dalam industri. Dalam suatu bisnis tertentu dapat dinilai berdasarkan perpaduan lima kekuatan yang dapat diterangkan dan dilihat seperti gambar 3.1.

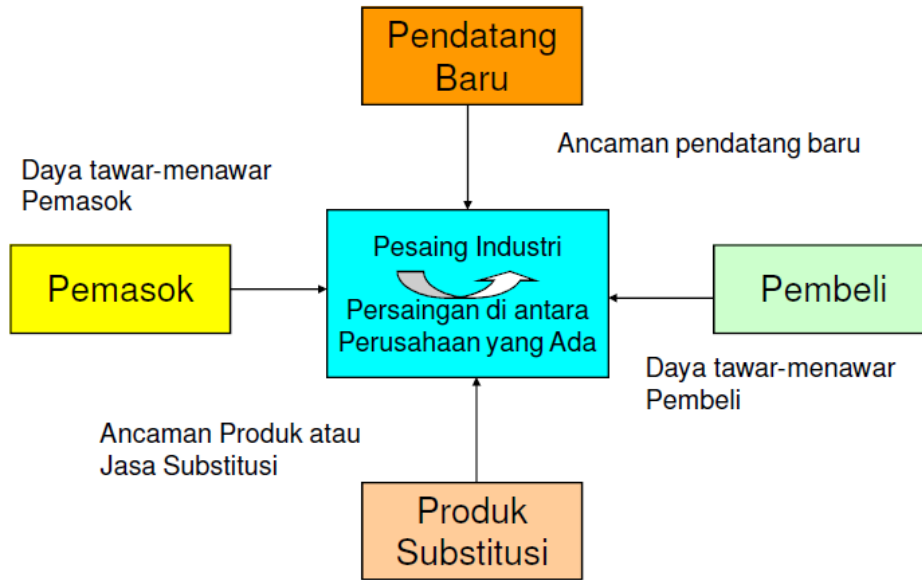
C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.

Gambar 3.1

5 Kekuatan Bersaing Porter



1. Ancaman Pemain Baru

Adanya ancaman masuknya pemain atau pesaing baru sejenis bagi Felita Lashes cukup tinggi karena hambatan untuk memasuki bisnis tersebut tidak terlalu banyak karena modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar dan banyaknya penyedia les privat kecantikan bulu mata, serta mudahnya mencari berbagai informasi mengenai semua kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan dalam bisnistersebut saat ini melalui media online.

Ancaman tersebut dapat diminimalisir dengan secepatnya meraih loyalitas pasar yang ada dengan mengutamakan kualitas hasil yang diberikan Felita Lashes dan pelayanan yang ada sehingga jika ada pesaing baru yang memasuki 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.



sejenis maka Felita Lashes sudah menjadi pemimpin dalam bisnis tersebut dengan loyalitas para pelanggan yang tinggi dan berat rasanya untuk beralih pada perusahaan lainnya. Selain itu, jasa yang ditawarkan yang tertuju pada ceruk pasar khusus yaitu hanya untuk para konsumen yang inginmemperindah bulu matanya sebagai solusi dalam berpenampilan lebih percaya diri.

Namun pesaing baru biasanya berani memasuki bisnis sejenis karena sudah mempunyai sesuatu yang baru dan berbeda dengan produk atau jasa yang sudah ada sebelumnya sehingga dapat mengurangi pangsa pasar Felita Lashes,sehingga untuk mengantisipasi ancaman tersebutFelita Lashesharus terus memantau apa yang sedang dibutuhkan dan menjadi trend di pasar dan harus terus selalu berinovasi dalam membuat trend baru dipasaruntuk terus menggunakan jasa Felita Lashes. Hal tersebut dapat dilakukan dengan meminta *feedback* kepada setiap pelanggan setia Felita Lashes yang bersedia memberikan komentar dan permintaannya mengenai apa yang harus ditambahkan dalam hasil jasa yang telah diberikan Felita Lashes.

Selain itu, Felita Lashes harus terus memantau pesaing baru yang ada bagaimana strategi-strategi yang dibuat pesaing dan harus mencari kelemahan pesaing untuk dapat menguatkan Felita Lashes.Felita Lashes juga harus terus meningkatkan kualitas hasil akan jasa yang diberikan yang ada serta berbagai kreativitas dan inovasi baru dalam membuat idebaru yang menarik dan menambah keyakinan para penggunanya untuk tampil lebih baik.

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.



2. Kekuatan Tawar Pemasok

Kekuatan daya tawar pemasok dapat mempengaruhi keberlangsungan suatu bisnis dalam persaingan yang ada di industri bisnis sejenis. Dimana pemasok untuk bahan baku pada bisnis kecantikan bulu mata ada dalam jumlah besar sehingga kekuatan tawar menawar ada pada Felita Lashes karena apabila produk yang ditawarkan pemasok sudah tidak sesuai kualitas yang dibutuhkan dan harga yang berubah tidak sesuai keinginan Felita Lashes, maka Felita Lashes dapat beralih pada pemasok bahan baku lainnya yang lebih menguntungkan dengan kualitas produk dan harga yang sesuai standar Felita Lashes. Untuk itu, Felita Lashes harus terus menjalin relasi baik dengan para pemasok bahan baku yang ada untuk mendapatkan pasokan yang tercukupi dan tepat waktu serta dengan kualitas yang memuaskan. Hal tersebut, karena Felita Lashes hanya akan memberikan produk dengan kualitas tinggi pada setiap konsumen untuk mendapatkan hasil terbaik pada jasa yang diberikan untuk meningkatkan loyalitas setiap konsumen.

3. Kekuatan Tawar Pembeli

Kekuatan daya tawar pembeli akan tinggi jika pembeli dapat dengan mudah memperoleh produk atau jasa sejenis pada pesaing lain. Mereka mempunyai kekuatan yang sangat tinggi untuk mempengaruhi harga penjual karena mudahnya mendapatkan produk atau jasa sejenis lainnya pada pesaing dengan harga yang lebih menguntungkan. Begitupun sebaliknya kekuatan penjual akan sangat tinggi apabila tidak ada produk atau jasa sejenis pada pesaing lainnya,

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



sehingga dapat memaksimalkan keuntungan dengan memberikan harga yang diinginkan. Pada kekuatan daya tawar pembeli disini berada pada Felita Lashes karena masih sangat minimnya penyedia jasa dibidang bisnis ini dan tidak adanya patokan harga tertentu di pasar karena sesuai kebijakan penyedia jasa masing-masing sesuai kualitas yang diberikan. Dengan demikian Felita Lashes dapat menentukan harga seefektif mungkin dengan menyesuaikan kualitas bahan baku, hasil yang diberikan, maupun pasar yang dituju, namun juga penentuan harga tersebut harus ditentukan berdasarkan perhitungan seluruh biaya yang dikeluarkan, rata-rata penghasilan target pasar yang dituju, dan rata-rata harga jasa pada pesaing 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

4. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti

Ketersediaan produk atau jasa pengganti maupun turunan dapat mempengaruhi penurunan permintaan dan minat terhadap produk atau jasa utama perusahaan karena dapat diperoleh dengan harga yang lebih terjangkau dengan manfaat yang tidak jauh berbeda. Persaingan kompetitif dengan produk pengganti tersebut dapat berdampak pada adanya batasan tertinggi dalam memberi harga produk kepada konsumen dan turunnya permintaan konsumen apabila bahan baku utama sulit untuk didapatkan atau sedang mengalami kenaikan harga. Pada bisnis Felita Lashes ini ancaman produk atau jasa pengganti berada pada produk-produk bulu mata yang bisa ditempel langsung maupun sendiri dan dapat diperoleh dengan murah di pasaran. Sehingga Felita Lashes harus mempunyai suatu metode tertentu untuk menunjukkan bahwa dengan menggunakan jasa penanaman bulu mata,

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.

hasil bulu mata akan lebih cantik, lentik, dan juga terlihat alami, serta tidak berpengaruh pada kesehatan mata.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

5. Persaingan Industri

Dalam persaingan pada industri sejenis perusahaan dapat berhasil apabila mampu mempunyai strategi keunggulan kompetitif atas pesaing-pesaing yang ada. Persaingan dalam menetapkan strategi tersebut dapat berjalan dengan serang-menyerang antar industri untuk saling menjatuhkan dan mengunggulkan dirinya. Strategi tersebut, seperti : peningkatan kualitas produk atau jasa, penurunan harga, peningkatan layanan, penambahan fitur produk jasa, dan juga peningkatan promosi.

Strategi yang dijalankan Felita Lashes sendiri adalah mengutamakan hasil berkualitas tinggi yang akan diberikan dengan jaminan garansi perawatan jika ada kerusakan dan akan memberikan bonus fitur jasa lainnya seperti mengecat kuku. Selain itu, Felita Lashes akan memberikan keleluasaan pada konsumen untuk dapat memilih jenis maupun model bahan baku yang akan digunakan serta hasil yang akan disesuaikan dengan keinginan konsumen. Felita Lashes juga akan memberikan berbagai diskon ataupun potongan harga apabila konsumen bersedia mempromosikan Felita Lashes untuk membangun *brand* maupun *prestise* Felita Lashes untuk meningkatkan loyalitas. Kemudian juga berbagai macam promo, even, hadiah untuk konsumen-konsumen tertentu.

Analisis SWOT menurut David (2011:17) adalah peluang dan ancaman berasal dari kondisi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, teknologi,

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 pesaing serta berbagai kejadian yang dapat berdampak buruk atau baik bagi organisasi di masa depan. Sementara kekuatan dan kelemahan adalah hal yang bisa dikontrol oleh organisasi. Mereka dapat muncul di berbagai fungsi manajemen seperti finance, marketing, produksi, R&D, dan sistem informasi manajemen. Perusahaan perlu menganalisa suatu persaingan yang ada agar dapat terus bertahan dalam keberlangsungan bisnisnya.

Untuk dapat melakukan analisa tersebut, maka perusahaan dapat menggunakan analisa matriks SWOT (*Strenghts, Weaknessess, Opportunities, Threats*). Matriks SWOT tersebut merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk mencocokkan yang penting dalam membantu manajer mengembangkan empat jenis strategi, yaitu : Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman).

Felita Lashes juga memiliki kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, berikut analisa SWOT Felita Lashes.

1. Strenghts (kekuatan)

- a. Menu jasa bersifat *spesifik* atau khusus dalam perawatan bulu mata serta mempunyai beberapa paket spesial yang berbeda dan belum ada sebelumnya pada pesaing lain.

Felita Lashes mempunyai keunggulan dalam jasa utamanya yaitu berbahan baku khusus dengan standar tertentu dan menggunakan metode maupun teknologi modern khusus dalam penanganannya, serta solusi kecantikan bulu



mata yang belum pernah ada sebelumnya bagi setiap konsumen yang menggunakan jasa Felita Lashes.

b. Tempat yang nyaman dan menyenangkan

Lokasi Felita Lashes akan dibuat nyaman mungkin dengan berbagai informasi-informasi trend fashion untuk menghibur dan menjadi topik pembahasan untuk dapat membuat setiap konsumen dapat tampil lebih baik dalam fashion khususnya bulu mata.

c. Free wi-fi dan menyediakan berbagai majalah terbaru mengenai fashion

Felita Lashes juga akan dilengkapi dengan wi-fi berkecepatan tinggi untuk memudahkan akses komunikasi, berbisnis dan seluruh akses internet yang diinginkan setiap konsumen Felita Lashes dan juga berbagai majalah fashion terbaru untuk menghibur konsumen yang sedang menunggu.

d. Pelayanan yang baik dan memuaskan

Pelayanan Felita Lashes mempunyai standar yang tinggi dalam melayani setiap konsumen, setiap karyawan akan dilatih dan diwajibkan untuk ramah dalam menghadapi konsumen yang merupakan raja maupun ratu yang siap dipenuhi semua kebutuhannya, pelayanan tersebut tidak hanya sebelum melakukan pemesanan melainkan hingga konsumen pulang dari Felita Lashes.

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.



2. Weaknesess (kelemahan)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

a. Belum adanya loyalitas konsumen

Felita Lashes merupakan bisnis baru yang belum banyak dikenal masyarakat, sehingga masih sangat baru untuk menjajaki pasar dan belum adanya loyalitas konsumen. Sehingga diperlukan berbagai macam cara untuk menarik minat konsumen dan membangun loyalitas konsumen.

b. Nama usaha yang belum diketahui dan dikenal orang

Felita Lashes merupakan penyedia jasa bisnis bulu mata yang baru akan berdiri, sehingga belum ada yang mengenal namanya. Untuk itu diperlukannya berbagai macam promosi melalui media elektronik, majalah, koran, maupun melalui semua media sosial dan internet untuk memperkenalkan adanya jasa profesional bulu mata terbaru dengan penawaran paket jasa yang menarik dengan metode modern terbaru yang belum pernah ada sebelumnya.

c. Lokasi yang hanya diketahui melalui media online

Felita Lashes hanya dapat diketahui melalui media online maupun mulut ke mulut setiap pelanggan karna lokasi yang akan digunakan berada di apartemen dan booking jasa yang dilakukan melalui media online.

3. Opportunities (peluang)

a. Belum banyaknya penyedia jasa kecantikan bulu mata

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.



Bisnis kecantikan bulu mata di Indonesia masih sangat berpotensi tinggi karena masih sedikitnya penyedia jasa namun permintaan akan jasa tersebut sangat banyak sehingga merupakan peluang yang sangat baik untuk dilaksanakan.

- b. Membuat *franchise* atau waralaba untuk mengembangkan Felita Lashes secara cepat

Belum adanya jenis *franchise* bisnis sejenis sebelumnya menjadi suatu peluang yang baik untuk menjadikannya waralaba untuk mengembangkan sayap dan memperkenalkannya dengan cepat, efektif, dan hemat biaya karena seluruh keperluan biaya ditanggung oleh pembeli waralaba.

- c. Pertumbuhan penduduk dan ekonomi masyarakat yang terus meningkat

Semakin banyaknya penduduk yang terus meningkat dengan kemampuan ekonomi yang meningkat juga akan meningkatkan daya pembelian masyarakat,

- d. Perkembangan teknologi internet dan meningkatnya penggunaan internet secara pesat

Penggunaan teknologi internet yang terus meningkat menjadi keuntungan dan peluang besar untuk cepat memperkenalkan bisnis Felita Lashes ke publik dengan berbagai macam penawaran yang akan menarik setiap konsumen yang melihatnya, disisi lain pemasaran dan promosi melalui internet tidak terbatas

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



ruang dan waktu, dimana sekali kita beriklan atau berpromosi semua yang kita lakukan akan tersampaikan keseluruh orang yang kita targetkan di dunia dalam waktu yang sangat singkat.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Threat (ancaman)

a. Bisnis yang mudah ditiru dengan modal terjangkau

Meskipun masih sangat minim penyedia jasanya, namun bisnis ini mudah ditiru karena banyaknya penyedia les privat kecantikan bulu mata dan modal untuk membuka bisnis ini pun tidak terlalu besar. Untuk itu, dibutuhkan suatu pergantian konsep pemasaran secara berkala dan juga menjaga kualitas hasil jasa yang yang diberikan.

b. Mudah berubahnya selera konsumen untuk berpindah jasa apabila ada yang lebih menarik

Cepatnya kreatifitas, inovasi yang ada saat inidan terus berkembang serta meningkat, membuat konsumen mudah untuk bosan dan berpindah-pindah jasa untuk mencoba trend terbaru yang ditawarkan. Felita Lashes untuk terus meningkatkan ketertarikan dan manfaat dalam menggunakan jasa FelitaLashes. Harus selalu mempunyai inovasi baru serta pelayanan yang terus ditingkatkan untuk dapat menjaga loyalitas pelanggan agar tidak berpindah pada pesaing lainnya.

c. Kompetitor yang lebih lama dan berpengalaman mengetahui kondisi pasar

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.



Pesaing yang sudah lama dan lebih dulu membuka bisnis kecantikan bulu mata pastinya sudah lebih berpengalaman dalam melihat pasar yang ada, dan dengan adanya Felita Lashes tentunya akan menjadi ancaman bagi mereka, sehingga dapat saja mereka menyerang lebih dulu untuk menciptakan inovasi sejenis untuk para pelanggannya. Untuk itu, Felita Lashes harus sudah menyiapkan strategi dalam menghadapi setiap kompetitor lama yang ada.

Tabel 3.2

Tabel Analisis SWOT

Keterangan	Opportunities	Threats
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minimnya penyedia jasa dan banyaknya permintaan jasa bisnis kecantikan bulu mata. 2. Membuat <i>franchise</i> atau waralaba untuk mengembangkan bisnis Felita Lashes secara cepat. 3. Pertumbuhan ekonomi masyarakat yang terus meningkat. 4. Perkembangan teknologi internet dan meningkatnya penggunaan internet secara pesat. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bisnis yang mudah ditiru dengan modal terjangkau 2. Mudah berubahnya selera konsumen untuk berpindah-pindah dan mencoba trend baru. 3. Kompetitor yang lebih lama dan berpengalaman mengetahui kondisi pasar.

© 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.



Streangth	S-O	S-T
<p>© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Menu jasa bersifat spesifik atau khusus di bidang kecantikan bulu mata dan dengan inovasi yang belum ada sebelumnya.</p> <p>2. Tempat yang nyaman dan menyenangkan</p> <p>3. Free wi-fi dan berbagai fasilitas informasi fashion terbaru</p> <p>4. Menyediakan fitur jasa tambahan yang memanjakan konsumen</p>	<p>1. Memberikan gebrakan yang tinggi dengan jasa yang spesifik dan berinovasi baru untuk mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin dalam memenuhi permintaan dan feedback positif pada pelanggan baru (S1, O1)</p> <p>2. Memanjakan konsumen dengan fitur tambahan jasa lainnya untuk memperoleh penilaian dan tarif harga yang lebih tinggi atas pertumbuhan ekonomi setiap konsumen. (S4, O3)</p>	<p>1. Berfokus dan terus berinovasi pada jasa khusus kecantikan bulu mata dan menciptakan inovasi yang belum pernah ada sebelumnya untuk dapat bersaing dengan kompetitor lama.(S1, T3)</p> <p>2. Memberikan tempat yang nyaman dan menyenangkan sehingga konsumen akan puas dan senang, serta tidak akan tertarik dengan pesaing lainnya (S2, T2)</p>

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.



Weaknesses	W-O	W-S
<p>1. Belum adanya loyalitas konsumen.</p> <p>2. Nama usaha yang belum diketahui dan dikenal masyarakat.</p> <p>3. Lokasi jasa yang hanya dapat ditemukan melalui online</p>	<p>1. Mempromosikan secara konsisten merek Felita Lashes dengan memanfaatkan berbagai macam iklan dan media sosial yang ada agar dapat dikenal setiap orang (W2, S4)</p> <p>2. Membuat dan menjual waralaba bisniskecantikan bulu mata untuk mengembangkannya secara efisien dan efektif dalam mendapatkan popularitas dan loyalitas setiap konsumen yang ada (W1, O2)</p>	<p>1. Melakukan perbedaan khusus pada metode dan hasil jasa yang akan diberikan untuk memberikan ciri khas jasa yang berbeda dan meningkatkan loyalitas konsumen, serta meminimalkan peniruan (W1, T1)</p> <p>2. Terus lakukan inovasi jasa untuk menghindari kebosanan pada menu jasa yang terbatas dan dapat selalu memenuhi selera konsumen agar tidak berpindah tempat (W3, T2)</p>

C. Segmentasi Pasar

Segmentasi menurut Kotler dan Armstrong (2012:215) segmentasi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membagi pasar ke dalam grup yang lebih kecil dengan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku yang berbeda yang mungkin memerlukan strategi pemasaran dan bauran pemasaran yang terpisah.

Dalam menetapkan segmen yang akan digarap, sebuah usaha tentu perlu menerapkan strategi segmentasi. Tentu penerapan segmentasi untuk pasar konsumen dan pasar bisnis terdapat perbedaan yang cukup jelas. Walaupun terdapat beberapa variabel penentu segmen yang sama yaitu geografi, manfaat yang dicari, dan tingkat penggunaan, tetapi

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.





perlu variabel lain yang mendukung rencana segmentasi pasar bisnis. Beberapa variabel penentu segmentasi dalam pasar bisnis dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi ini membagi pasar menjadi beberapa unit secara geografis seperti negara, regional, negara bagian, kota, dan lingkungan sekitar.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi ini membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan pada variabel seperti:

- a. Umur dan tahap siklus hidup yang merupakan perubahan keinginan dan kemampuan konsumen sesuai dengan usia dan siklus hidupnya.
- b. Tahap kehidupan yang didefinisikan sebagai perhatian utama seseorang (perceraian, pernikahan kedua, merawat orang tua, dan lain-lain).
- c. Jenis kelamin adalah dimana Pria dan wanita mempunyai sikap dan perilaku yang berbeda, sebagian berdasarkan susunan genetik dan sebagian karena sosialisasi.
- d. Pendapatan yang merupakan praktik lama dalam kategori seperti otomotif, pakaian, kosmetik, layanan keuangan, dan perjalanan.
- e. Generasi dimana sangat dipengaruhi oleh saat-saat pertumbuhan musik, film, politik, dan lain-lai



- f. Kelas sosial yang berpengaruh kuat terhadap preferensi mobil, pakaian, perlengkapan rumah, dan lain sebagainya.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis membagi pembeli berdasarkan pada nilai, gaya hidup dan kepribadian.

4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi ini mengelompokkan pembeli berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan, atau respon mereka terhadap suatu produk.

Segmentasi pasar yang dilakukan Felita Lashes adalah segmentasi berdasarkan variabel geografis, variabel pendapatan, variabel psikografis, juga variabel perilaku. Berdasarkan segmentasi geografis, Felita Lashes pada awal-awalnya memfokuskan bisnis pada wilayah kota-kota besar atau ibukota provinsi dengan target pasar utama Felita Lashes pada saat ini adalah JABODETABEK. Berdasarkan variabel pendapatan, Felita Lashes memiliki target pasar yaitu golongan menengah keatas karena kebutuhan akan penampilan yang lebih tinggi. Selanjutnya, untuk variabel Felita Lashes akan mensegmen setiap orang yang mempunyai gaya glamour dan memperhatikan fashion. Kemudian untuk variabel perilaku Felita Lashes akan mensegmen setiap orang yang mempunyai perilaku peduli terhadap kesempurnaan dalam penampilan dan kepercayaan diri yang didapatkan melalui penampilan mereka.



D. Ramalan Industri dan Pasar

Industri fashion selalu mengalami perkembangan yang sangat cepat dan peningkatan yang cukup tinggi. Begitu juga trend fashion yang terus meningkat khususnya kecantikan pada bulu mata seseorang yang menjadi fokus utama setiap orang dalam bertemu setiap orang karena tatapan matanya.

Berdasarkan bauran pemasaran (7P) yaitu *product, place, promotion, price, people, process, dan physical evidence*. Maka Felita Lashes diharapkan memberikan produk atas hasil jasa dengan kualitas yang memuaskan, tempat yang nyaman dan menyenangkan, promosi yang kreatif dan menarik pelanggan, dan harga yang sebanding dengan kepuasan pelanggan. Selanjutnya untuk *people, process, dan physical evidence* yang diterapkan pada Felita Lashes yaitu standar pelayanan yang tinggi untuk karyawan agar dapat memuaskan setiap pelayanannya kepada konsumen. Untuk hal tersebut, karyawan harus cepat, tepat, cekatan, dan ramah dalam melayani konsumen dari awal pemesanan atau booking hingga konsumen datang dan pulang, sehingga dengan kepuasan konsumen hal ini akan menjadi keunggulan kompetitif Felita Lashes.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBKKG (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 IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.