



BAB II

ANALISIS INDUSTRI

© Hak cipta milik ISI KKS (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Ide bisnis ini berawal dari kesenangan penulis pada mainan boneka, terutama boneka BJD, serta dukungan dari keluarga dan teman-teman yang selalu memberi bantuan dan saran yang membangun. Konsep bisnis ini adalah toko perlengkapan dan jasa BJD online pertama di Indonesia yang memiliki brand tersendiri dan bukan usaha sampingan pemilik.

Biasanya pecinta BJD Indonesia harus membuat sendiri, memesan secara khusus ke perorangan, atau memesan langsung dari luar negeri, baik rambut palsu, pakaian, aksesoris, dan sepatu. Dengan adanya Fantasia Studio pecinta BJD Indonesia dapat mendapat banyak kemudahan.

Fantasia Studio melayani pembelian produk dan jasa untuk BJD. Produk Fantasia Studio terdiri dari pakaian (pakaian dalam, atasan, dress, rok, celana), aksesoris (kalung, gelang, topi, tas, sepatu), dan produk eksklusif, koleksi kami diperbarui setiap bulan dengan tema yang kami tentukan. Pembelian produk Fantasia Studio menggunakan sistem *made by order*.

Jasa Fantasia Studio menawarkan *faceup*, *body brush*, penggantian benang BJD, dan *custon* yang dibuat sesuai dengan keinginan konsumen, untuk itu konsumen harus mengirimkan ukuran BJD atau ukuran dari jenis boneka lain dan design yang diinginkan. Jasa *faceup* dan *body brush* kami diperuntukkan untuk semua jenis BJD dan dapat dilakukan disemua bagian BJD tergantung daripada keinginan konsumen, lamanya proses tergantung tingkat kesulitan dan banyaknya bahan yang digunakan. Untuk penggantian benang di sendi-sendi BJD kami menawarkan kualitas benang yang terbaik sehingga penggantian dapat dilakukan setiap 2-3 tahun sekali.

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.



A. Gambaran Masa Depan

Untuk memulai suatu usaha gambaran masa depan sangatlah diperlukan untuk memprediksi bagaimana perkembangan usaha ke depannya. Karena itu diperlukan pengamatan untuk memahami keseluruhan proses bisnis dan resiko-resiko yang ada.

Karena diperlukan perencanaan yang matang dan pemahaman jenis usaha yang dijalankan. Jenis usaha yang dimasuki Fantasia Studio adalah kerajinan tangan dan hobi. Dalam hal hobi orang cenderung rela mengeluarkan berapa pun biaya untuk menikmati hobi mereka dan menularkannya kepada keluarga dan teman-teman, karenanya bisnis yang bergerak dalam bidang hobi akan mampu bertahan lama dan tak pernah kehilangan peminat, begitu pula dengan hobi BJD ini.

Dalam 1 tahun pertama kami berencana untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan memperkenalkan produk kami kepada masyarakat sehingga BJD dapat dikenal secara luas dan tidak lagi hanya diketahui dan disenangi dalam komunitas tertentu saja dan semakin banyak penggemar BJD yang mengetahui dan menyukai produk kami. Setelah 5 tahun berjalan kami harap dapat membuka toko, sehingga konsumen dapat melihat secara fisik produk-produk Fantasia Studio dan juga menambah kepercayaan konsumen. Selain itu kami terus aktif mengikuti berbagai pameran, seperti AFA (*Anime Festival Asia*), AniCult (*Anime Culture*), *Hello Fest*, dan *Toys Fair*, sehingga koleksi perlengkapan BJD kami tidak hanya dikenal di kalangan pencinta BJD, tetapi juga dikenal oleh masyarakat luas. Dalam 5 tahun kami juga berharap dapat mulai memasuki pasar luar negeri dibidang perlengkapan BJD. Untuk mewujudkan gambaran masa depan kami, diperlukan peningkatan kualitas, dukungan konsumen, dan keunikan desain kami.

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.



Guna mengetahui gambaran masa depan usaha dan memahami konsep bisnis

Fashion Studio kami perlu melihat dari berbagai hal, yaitu:

1. Visi

Visi adalah citra nilai dan kepercayaan ideal perusahaan, pernyataan visi harus menjawab pertanyaan dasar, “Ingin menjadi seperti apakah kita?” Pernyataan visi harus singkat, diharapkan satu kalimat, dan sebanyak mungkin manajer diminta memasukkannya dalam proses pengembangannya. Menurut M.Fuad et al (2006:8) visi diciptakan melalui permufakatan/konsesus, memberikan pandangan atas sesuatu yang terbaik di masa yang akan datang, mempengaruhi orang-orang menuju ke misi, tanpa keterbatasan dimensi waktu.

Visi dari Fantasia Studio adalah “Menjadi penyedia perlengkapan BJD terbaik dalam desain, kualitas, dan layanan di Indonesia dan dunia”

2. Misi

Menurut Fred R. David (2010:84) misi adalah sebuah deklarasi tentang “alasan keberadaan” suatu organisasi. Pernyataan misi menjawab pertanyaan paling penting, “Apakah bisnis kita?” Pernyataan misi yang jelas sangat penting untuk menetapkan tujuan dan merumuskan strategi. Misi mengejawantahkan alasan dan keberadaan perusahaan; tidak selalu mencerminkan suatu kinerja, kendati ada dasar pengalokasian sumber daya dan penetapan tujuan; tanpa dimensi waktu atau tolok ukur tertentu; mengejawantahkan kegiatan usaha yang sedang dilakukan dan yang akan diupayakan, baik menyangkut produk, konsumen, maupun pasar sasaran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Misi Fantasia Studio adalah:

- a. Produk utama kami adalah perlengkapan dan jasa BJD berupa pakaian, aksesoris, faceup, body brush, dan jasa custom.
- b. Pasar utama kami adalah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bandung, dan Surabaya, walaupun peluang pasar baru akan dieksplorasi
- c. Mendapatkan loyalitas konsumen dengan mendengarkan konsumen dan memberukan pelayanan terbaik
- d. Memprioritaskan desain dan kualitas
- e. Menumbuhkan keterampilan dan pengetahuan karyawan guna mencapai performa yang maksimal
- f. Selalu berinovasi dan berbenah diri dalam berbagai bidang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Analisis Lingkungan Bisnis

Analisis lingkungan bisnis diperlukan guna memahami gambaran keadaan sekitar lingkungan usaha tempat usaha tersebut akan didirikan, memahami peluang dan ancaman yang ada, serta meminimalisir segala gangguan yang mungkin akan dialami selama menjalankan usaha. Analisis lingkungan bisnis mencakup PEST (*Politic, Economic, Social, Technology*).

Analisis lingkungan bisnis merupakan alat untuk memahami segala resiko terkait dengan pertumbuhan atau penurunan, posisi, potensi serta arahan strategis untuk bisnis maupun organisasi. Analisis lingkungan bisnis juga digunakan sebagai alat untuk mencari tahu apakah organisasi berada dalam suatu konteks lingkungan yang dipengaruhi oleh keadaan diluar organisasi atau tidak.

Dengan demikian analisis lingkungan bisnis Fantasia Studio terbagi menjadi sebagai berikut:

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



a. Politik (*Politic*)

Secara singkat politik mencakup pengetatan peraturan tata kelola perusahaan dan manajemen risiko oleh pemerintah. Banyaknya peristiwa politik dan sosial yang terjadi di Indonesia saat ini dapat memberi dampak merugikan pada kegiatan bisnis di Indonesia. Karena menimbulkan ketidakpastian peta politik di Indonesia, gejolak sosial dan sipil yang tercermin dengan adanya sejumlah kejadian dalam beberapa tahun terakhir. Menurut Direktur Utama PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Gatot M Suwondo menilai perkembangan kondisi politik di dalam negeri akan memengaruhi bisnis yang dijalankan oleh perusahaan perbankan karena Faktor politik yang dinamis akan menyulitkan dalam melakukan pengembangan bisnis. Setiap lima tahun terjadi pemanasan suhu politik di Indonesia.

Hal ini dianggap membawa pengaruh negatif terhadap perkembangan Fantasia Studio yang berasal dan bergerak di Indonesia.

b. Ekonomi (*Economic*)

Keadaan perekonomian pada waktu sekarang dan di masa yang akan datang dapat mempengaruhi kemajuan dan strategi perusahaan. Faktor ekonomi mengacu pada pertumbuhan ekonomi, dimana daya beli masyarakat sangat diperhatikan khusus nya jika kita ingin membuka suatu bisnis.

Krisis keuangan global berdampak buruk terhadap perkembangan bisnis saat ini, tak terkecuali di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi Indonesia sejak tahun 2011 yang mencapai 6,6% terus mengalami penurunan hingga di kuartal II tahun 2014 turun menjadi sebesar 5,1%. Menurut Wakil Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/Wakil Kepala Badan Perencanaan dan Pembangunan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Nasional (Bappenas), Dr. Lukita Dinarsyah Tuwo dalam beberapa tahun terakhir perekonomian Indonesia memang tumbuh di atas 5 persen bahkan mencapai 6 persen, jauh meninggalkan negara Eropa. Sayangnya di balik pertumbuhan ekonomi yang tinggi, Indonesia belum mampu menciptakan pertumbuhan yang berkeadilan dan merata. Hal ini terbukti dari tingginya kesenjangan sosial yang mencapai 0,41 persen, atau paling tinggi di Asia Timur.

Melihat hal tersebut Fantasia Studio diperkirakan akan mengalami kesulitan untuk melakukan peningkatan penjualan.

Sosial (Social)

Faktor-faktor sosial terpusat pada penilaian dari sikap konsumen dan karyawan yang mempengaruhi strategi dan mengacu pada kebiasaan masyarakat yang cenderung mengikuti perkembangan tren (gaya hidup).

Konsumen dari Fantasia Studio adalah konsumen yang memprioritaskan desain produk, kualitas, dan Fantasia Studio bergerak dalam bidang hobi sehingga tantangan sosial Fantasia Studio adalah memperkenalkan produk Fantasia Studio dan mendapatkan kepercayaan konsumen.

Teknologi (Technology)

Teknologi berpengaruh besar dalam memberikan efektivitas dan efisiensi terhadap proses produksi dan pemasaran untuk suatu bisnis. Menurut kepala Republika Online, M Irwan Ariefyanto, Perkembangan media di Indonesia saat ini sudah semakin maju. Dunia cetak perlahan-lahan mulai beralih ke dunia digital dan elektronik. Semakin banyaknya perusahaan-perusahaan media memperlihatkan kemajuan yang sangat pesat di dunia media massa. Berdasarkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Survei Data Global Web Index, Indonesia adalah Negara yang memiliki pengguna sosial media yang paling aktif di asia. Indonesia memiliki 79,7% user aktif di social media mengalahkan Filipina 78%, Malaysia 72%, Cina 67%.

Fantasia Studio mengandalkan teknologi internet untuk seluruh kegiatan pemasaran dan penjualan, sehingga teknologi sangat penting dan berperan besar untuk bisnis ini. Dengan menggunakan internet, pemasaran yang dilakukan dapat lebih efektif dan tidak memakan biaya besar.

e. Hukum dan Lingkungan (*Legal and Environment*)

Di Indonesia, pergantian pemerintahan akan berdampak pada perubahan hukum dan regulasi yang berpengaruh pada lingkungan. Faktor hukum merujuk pada semua hukum langsung yang terhubung pada bisnis atau perusahaan dan daerah kegiatan. Sedangkan faktor lingkungan merujuk pada semua faktor yang berkaitan langsung, dipengaruhi atau ditentukan oleh lingkungan sekitar. Ini mencakup posisi geografis serta perubahan iklim. Faktor hukum dan lingkungan ini sangat penting bagi perusahaan.

Untuk itu Fantasia Studio melakukan beberapa tindakan pencegahan guna akibat keadaan yang kurang menguntungkan, seperti pemberian potongan, dll.

B. Analisis Pesaing

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:322), pesaing adalah perusahaan yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang sama. Setelah perusahaan mengidentifikasi pesaing utamanya, perusahaan harus menentukan strategi, tujuan,

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.



kekuatan, dan kelemahan mereka. Berikut beberapa cara yang biasa digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai pesaing:

1. Mengamati perkembangan pesaing melalui surat kabar lokal dan internet (website resmi, akun sosial media, dll)
2. Mengunjungi pameran produk dari pesaing untuk memantau perkembangan produknya serta harga produk yang ditawarkan
3. Mengikuti tur kunjungan ke pabrik pesaing
4. Menggunakan pembeli rahasia untuk mendapatkan informasi dan penjelasan yang diberikan kepada konsumen
5. Mencari informasi mengenai pendapat konsumen tentang produk pesaing
6. Mengamati interaksi antar karyawan milik pesaing

Menurut pengamatan penulis pesaing bisnis ini berasal dari luar negeri yang berasal dari Jepang, Korea Selatan, dan Cina, karena BJD yang populer di Indonesia merupakan buatan negara Jepang dan Korea Selatan yang disukai karena kualitas dan desain BJD-nya yang berkarakter, serta menyediakan situs berbahasa Inggris, sedangkan BJD buatan Cina kurang diminati karena minimnya informasi dalam bahasa Inggris. Selain itu belum ada perusahaan pembuat BJD dan perlengkapannya di Indonesia serta masih sedikit orang Indonesia yang bergerak dalam bisnis tersebut, mereka yang bergerak dalam bisnis ini pun hanya sebagai usaha sampingan dan hanya mengandalkan forum diskusi BJD untuk menawarkan jasanya.

Penulis memilih tiga perusahaan yang merupakan perusahaan BJD yang paling di kenal di Indonesia dari Korea Selatan dan Cina, yakni Luts, Crobi Doll, dan Doll Hearts. Penulis tidak menyertakan perusahaan dari Jepang, karena Jepang merupakan negara yang penduduknya, terutama wanita sangat mahir dalam kerajinan tangan sehingga



perusahaan Jepang hanya menjual BJD-nya atau kain pakaian untuk BJD. Berikut beberapa pesaing terdekat Fantasia Studio dan analisisnya:

1. Nama Perusahaan	: Luts Doll (Luts)
Asal	: Korea Selatan
Jam Operasi	: Senin-Jumat, 9.00-17.00 (Waktu Korea)
Alamat	: #308~309, Woorim E-biz Center 2cha, 184-1, Guro-dong, Guro-gu, Seoul, Korea (zip: 152-769) South Korea (ROK)
Website	: www.eluts.com

Luts sangat dikenal di kalangan penggemar BJD karena Luts memproduksi 8 jenis boneka BJD, yakni Super Senior DELF, Senior DELF, Junior DELF, DELF, Kid DELF, Honey DELF, Zuzu DELF and Minimi Zuzu DELF. Luts juga memproduksi berbagai aksesoris dan perlengkapan BJD. Kualitas yang diberikan pun sangat memuaskan walaupun konsumen harus mengeluarkan biaya dan waktu yang tak sedikit.

2. Nama Perusahaan	: BJD Crobi (Ball Jointed Doll of Cross Ambition)
Asal	: Korea Selatan
Jam Operasi	: Senin-Jumat, 9.30-17.30 (Waktu Korea)
Alamat	: 3F, 322 Samsun-dong 4ga, Seongbuk-gu, Seoul Republic of Korea (postal code : 136-044)
Website	: www.crobidolls.com

BJD Crobi atau lebih dikenal dengan Crobi Doll dikenal dengan 4 jenis boneka ABJD-nya, yakni M Line, M Line (Girl), R Line, E Line, dan Special Limited. Selain

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.



memproduksi boneka Crobi Doll juga menyediakan produk perlengkapan ABJD seperti pakaian, aksesoris, dan tempat penyimpanannya.

3. Nama Perusahaan	: Angell Studio
Asal	: Beijing, Cina
Jam Operasi	: Senin-Jumat, 09.00-17.00 (Waktu Beijing)
Alamat	: -
Website	: http://www.angell-studio.com/en/

Angell Studio dikenal di Indonesia berkat desain boneka yang khas Cina, harganya yang kompetitif, kualitas yang unggul, dan memiliki situs berbahasa Inggris. Angell Studio memproduksi 5 jenis boneka, yakni AS-Charms, AS 1/3 Youth, AS 1/4 Kid, AS 1/6 Baby, dan Tiny Angel 1/2 doll. Selain boneka Angell Studio juga menjual berbagai perlengkapan boneka.

Selain mengetahui pesaing-pesaing yang ada kami menggunakan model 5 Kekuatan Bersaing menurut Michael Porter. Berikut analisis pesaing kami:

1. Ancaman Pendetang Baru

Berat ringannya ancaman pendatang baru tergantung pada hambatan masuk dan reaksi dari para pesaing yang telah ada di mana pendatang baru akan memasuki industri atau pasar tersebut. Jika hambatan masuk ke industri tinggi dan pendatang baru dapat dikalahkan oleh para pesaing yang telah ada.

Saat ini ancaman pendatang baru bagi Fantasia Studio dikatakan tinggi karena untuk masuk ke dalam bisnis ini tidak diperlukan modal yang besar, pesaing yang masih sedikit, dan bahan baku yang sangat mudah didapat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



2. Kekuatan Tawar-menawar dari Pemasok

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pemasok menyediakan dan menawarkan input yang diperlukan untuk memproduksi barang atau menyediakan jasa oleh industri atau perusahaan. Organisasi di dalam suatu industri bersaing antar satu dengan lainnya untuk mendapatkan input seperti bahan baku dan modal. Apabila pemasok mampu mengendalikan perusahaan dalam hal penyediaan input, sedang industri tidak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pemasok maka posisi tawar industri menjadi lemah dan sebaliknya posisi tawar pemasok menjadi kuat.

Karena bahan produk Fantasia Studio yang sangat beragam dan mengikuti tema atau model yang telah ditentukan atau diinginkan, Fantasia Studio memiliki banyak pemasok yang berarti kekuatan tawar-menawar dari pemasok cukup rendah karena pemasok tersebut dapat tergantikan.

3. Kekuatan Tawar-menawar dari Pembeli

Pembeli atau pelanggan di sini terdiri dari pelanggan individu dan pelanggan komunitas. Pelanggan mempunyai posisi tawar yang kuat apabila: jumlah konsumen sedikit, beli konsumen rendah, biaya berganti merek rendah, loyalitas konsumen rendah, informasi yang dimiliki lengkap.

Kekuatan tawar menawar dari pembeli dikatakan tinggi karena Fantasia Studio memiliki jumlah konsumen yang sedikit karena produk yang ditawarkan memang hanya dimiliki oleh segelintir orang atau komunitas tertentu saja.

4. Ancaman dari Produk Pengganti

Produk pengganti dapat memberikan pilihan bagi pelanggan dan akan mengurangi keuntungan perusahaan. Tersedianya produk substitusi di pasar

membuat pembeli membandingkan kualitas, performa dan harga produk dengan produk substitusinya.

Produk pengganti untuk Fantasia Studio dapat dikatakan tinggi, karena terdapat berbagai jenis boneka yang memiliki berbagai aksesoris beragam layaknya BJD, seperti Smart Doll, Barbie, Pullip, PureNeemo, dll.

5. Persaingan Antara Pemain Industri

Analisis pesaing memungkinkan suatu organisasi menilai apakah organisasi tersebut dapat bersaing dengan sukses di dalam suatu pasar yang memberikan peluang-peluang keuntungan.

Persaingan antara pemain industri BJD di Indonesia dapat dikatakan rendah, karena bisnis ini masih terbilang sedikit peminatnya walaupun memiliki potensi yang besar dan belum ada produksi BJD dari Indonesia.

C. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda, yang mungkin menyukai atau menginginkan bauran produk dan jasa yang beragam, dengan meneliti perbedaan demografis, psikografis, dan perilaku antara pembeli. Setelah melakukan segmentasi pasar, pemasar kemudian menentukan pasar sasarannya, dilihat dari segmen mana yang memberikan peluang terbesar. Perlu diingat bahwa apapun skema segmentasi yang pemasar gunakan, kuncinya adalah menyesuaikan program pemasaran untuk mengenali perbedaan pelanggan.





Fantasia Studio melakukan segmentasi pasar berdasarkan:

1. Segmentasi Geografis

Pembagian pasar menjadi berbagai unit geografis seperti negara, negara bagian, wilayah, kabupaten, kota, atau lingkungan sekitar. Perusahaan dapat beroperasi di satu atau beberapa daerah, atau beroperasi di seluruh daerah. Jadi dengan segmentasi ini pemasar mengetahui kemana dan dimana saja produk tersebut dipasarkan.

Fantasia Studio melakukan segmentasi geografis sebagai berikut:

- a. Negara : Indonesia
- b. Kota : Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bandung, Surabaya

2. Segmentasi Demografis

Pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel seperti usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kebangsaan, dan kelas sosial.

Fantasia Studio melakukan segmentasi demografis sebagai berikut:

- a. Usia : 14-35th
- b. Penghasilan : Rp 15.000.000,-< (lima belas juta rupiah keatas)
- c. Kelas Sosial : Kalangan menengah atas dan kalangan atas

3. Segmentasi Psikografis

Konsumen dibagi menjadi berbagai kelompok berdasarkan sifat psikologis/kepribadian, gaya hidup, atau nilai. Orang dalam kelompok demografik yang sama bisa saja mempunyai profil demografik yang berbeda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dilindungi IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Fantasia Studio melakukan segmentasi psikografis sebagai berikut:

- a. Gaya Hidup : Konsumen Fantasia Studio berorientasi pada budaya, dimana mereka menyenangi boneka lebih dari sekedar hobi atau kecintaan dan akan terus berlanjut, serta mereka tularakan pada keluarganya.
- b. Kepribadian : Orang yang memiliki kecintaan pada BJD, mementingkan kualitas daripada harga.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Segmentasi Perilaku

Pemasar membagi konsumen berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, atau respon mereka terhadap suatu produk.

Fantasia Studio melakukan segmentasi perilaku sebagai berikut:

- a. Pengetahuan : Konsumen yang memiliki pengetahuan pada dunia Anime atau kecintaan pada mainan, khususnya boneka pada umumnya akan mengenal atau bahkan mengkoleksi BJD.
- b. Penggunaan : Selain sebagai mainan, hobi, dan barang koleksi, BJD juga digunakan sebagai model dari *Toy Photography*.
- c. Sikap : Pecinta BJD dapat dikategorikan sebagai penyuka BJD, yang melakukan perawatan BJD saja, sampai ke kategori penyuka tersebut sangat menyukai BJD hingga dianggap sebagai anak sendiri.

D. Matriks CPM

Menurut Fred R. Davis (2010:160-161) CPM (*Competitive Profile Matrix*) atau Matriks Profil Kompetitif mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi

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.

strategis perusahaan sampel. Faktor keberhasilan penting atau critical success factor mencakup isu eksternal maupun internal, oleh karena itu peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana 4 = sangat kuat, 3 = kuat, 2 = lemah, 1 = sangat lemah. Dalam CPM, peringkat dan skor bobot total perusahaan-perusahaan pesaing dapat dibandingkan dengan perusahaan sampel. Analisis perbandingan ini memberikan informasi strategis internal yang penting.

Tabel 2.1
CPM
(Competitive Profile Matrix)

Critical Success Factors	Weight	Fantasia Studio		Luts		Crobi Doll		Angell Studio	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Desain	0,22	4	0,88	3	0,66	2	0,44	3	0,66
Kualitas	0,21	3	0,63	2,5	0,525	2,5	0,525	2,5	0,525
Harga	0,17	4	0,68	3	0,51	3	0,51	3	0,51
Merek	0,16	1	0,16	3	0,48	3	0,48	3	0,48
Pemasaran	0,13	4	0,52	2	0,26	2	0,26	2	0,26
Loyalitas Konsumen	0,11	1	0,11	3	0,33	3	0,33	3	0,33
Total	1		2,98		2,765		2,545		2,765

Sumber: Hasil Survei

Keterangan:

Critical succes factors dan bobot didapatkan berdasarkan survei dari konsumen, data dan informasi yang bersumber dari internet.

Desain: dalam hal desain Fantasia Studio mampu mengungguli Luts, Crobi Doll, dan Angell Studio. Hal ini dikarenakan Fantasia Studio mengeluarkan tema dan desain produk baru yang bervariasi setiap bulannya. Berbeda dengan Luts, Crobi Doll, dan Angell Studio yang mengeluarkan desain dengan tema yang sama setiap waktu. Luts dengan gaya cerita dongeng yang terbatas pada knight, vampir, bajak laut, dll. Crobi Doll dengan gaya casual. Angell Studio dengan gaya Cina kuno seperti pada masa tiga kerajaan, dinasti Tang, dinasti Qin, dll.





Kualitas: Fantasia Studio memiliki kualitas yang lebih tinggi dibanding dengan Luts, Crobi Doll, dan Angell Studio karena walaupun masih baru dalam bisnis ini Fantasia Studio membuat standar kualitas untuk semua produk yang dihasilkan, jika produk tersebut tidak sesuai standar dari kami maka akan dibuat ulang atau diperbaiki dan tidak akan dikirim ke konsumen hingga sesuai dengan standar kami. Selain itu karena lamanya pengiriman, Luts, Crobi Doll, dan Angell Studio mengakibatkan banyak produk yang mengalami kerusakan atau ketidak sesuaian selama masa pengiriman.

Harga: Fantasia Studio memiliki harga yang unggul daripada Luts, Crobi Doll, dan Angell Studio karena walaupun memiliki harga yang hampir sama biaya pengiriman Luts, Crobi Doll, dan Angell Studio jauh lebih tinggi dibandingkan Fantasia Studio, hal itu dikarenakan Luts, Crobi Doll, dan Angell Studio berasal dari luar negeri sehingga melakukan pengiriman internasional, sedangkan Fantasia Studio menggunakan pengiriman lokal.

Merek: Fantasia Studio memiliki merek yang jauh dibawah Luts, Crobi Doll, dan Angell Studio. Hal ini dikarenakan Fantasia Studio merupakan pemain baru dalam bidang ini dibandingkan dengan pesaing yang bahkan sudah 14 tahun dalam menjalani usaha ini.

Pemasaran: pemasaran yang dilakukan Fantasia Studio lebih unggul dibandingkan Luts, Crobi Doll, dan Angell Studio karena Fantasia Studio memanfaatkan website, akun-akun media sosial yang terbilang lengkap seperti Facebook, Twitter, Pinterest, Tumblr, Path, DeviantArt, Blog, dan berbagai akun di form penggemar BJD, sedangkan Luts hanya memiliki website, Facebook, Twitter, dan Blog dalam bahasa Korea, Jepang, Cina, dan Inggris. Crobi Doll memiliki website

dan Twitter dalam bahasa Korea, Jepang, dan Inggris. Angell Studio memiliki website, Facebook, Deviantart, dan Tumblr, bahasa Cina dan Inggris.

Loyalitas Konsumen: loyalitas konsumen Fantasia Studio lebih rendah dibandingkan dengan Luts, Crobi Doll, dan Angell Studio. Hal ini dikarenakan Fantasia Studio merupakan pemain baru dalam bisnis ini dan konsumen lebih mementingkan desain dan kualitas produk.

E. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Dari hasil evaluasi SWOT dapat dikembangkan empat tipe strategi yakni:

1. Kekuatan-Peluang (Strength-Opportunities) (SO)

Menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.

2. Kelemahan-Peluang (Weakness-Opportunities) (WO)

Bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

3. Kekuatan-Ancaman (Strength-Threats) (ST)

Menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal.

4. Kelemahan-Ancaman (Weakness-Threats) (WT)

Taktik defensif yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.





Tabel 2.2

Matriks SWOT

Fantasia Studio

	Kekuatan (S):	Kelemahan (W):
	1. Desain yang unik dan menarik 2. Kualitasnya terjamin 3. Harga yang kompetitif 4. Pemasaran dengan media sosial dan memiliki akun di berbagai forum BJD	1. Merupakan merek baru yang belum dikenal dan dipercayai konsumen 2. Belum mendapatkan loyalitas konsumen 3. Pengalaman manajemen yang kurang
Peluang (O):	Strategi SO:	Strategi WO:
1. Bahan baku yang mudah didapat 2. Belum banyak pesaing yang bergerak di bidang perlengkapan BJD 3. Memiliki komunitas tersendiri yang terus berkembang 4. Perilaku konsumen Indonesia yang senang mencoba sesuatu yang baru 5. Media sosial yang semakin berkembang	1. Bekerja sama dengan ilustrator lokal untuk menghasilkan produk atau desain baru (S1, O1, O3, O4) 2. Mengikuti berbagai event dengan standarisasi kualitas seperti AFA, Toys Fair, dan AniCult (S2, O2, O3)	1. Membangun komunikasi dengan konsumen melalui forum, media sosial, dan blog (W1, W2, O3, O5)
Ancaman (T):	Strategi ST:	Strategi WT:
1. Mudah dimasuki pesaing baru 2. Beragamnya produk substitusi 3. Pesaing yang sudah berpengalaman dan mendapatkan kepercayaan konsumen. 4. Para penggemar BJD yang lebih mementingkan gengsi 5. Pertumbuhan ekonomi yang tidak pasti	1. Mengadakan perlombaan Toys Photography setiap tahunnya (S1, S4, T4, T5) 2. Memberikan potongan harga kepada pemegang membership dengan syarat tertentu (S3, T2)	1. Melakukan perbaikan di segala bidang melalui feedback dan testimoni dari konsumen (W1, W3, T3) 2. Pemegang membership dapat mengikuti acara giveaway, mendapatkan newsletter berisi katalog, dll (W1, T1, T3)

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

Hak Cipta Ditindungi 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.



F. Ramalan Industri dan Pasar

Peramalan menurut Kotler dan Keller (2008:129) adalah seni mengantisipasi apa yang mungkin dilakukan pembeli dalam kondisi tertentu. Sedangkan pasar menurut Kotler dan Keller (2008:9), adalah kumpulan pembeli aktual dan potensial dari suatu produk. Untuk melihat ramalan industri dan pasar diperlukan survei pembeli, gabungan pendapat tenaga penjual, pendapat ahli, analisis penjualan dimasa lalu, dan metode uji pasar.

Menurut hasil survei yang dilakukan Fantasia Studio, pembeli mengedepankan desain dan kualitas dari produk. Harga dan merek menurut pembeli tergantung dari seberapa terkenal merek tersebut, desain, dan kualitas produk. Pengiriman menurut pembeli penting karena tanpa pengiriman yang baik maka kepuasan mereka akan suatu merek atau produk akan berkurang. Sedangkan pemasaran menurut mereka perlu dilakukan pada awal munculnya perusahaan tersebut. Loyalitas konsumen bagi mereka tergantung daripada desain, kualitas, harga, merek, dan pengiriman, jika memuaskan mereka akan terus membeli produk tersebut.

Menurut pendapat tenaga penjual, pembeli rela mengeluarkan biaya berapa pun untuk menyalurkan hobinya, tetapi ada juga yang berpendapat ditengah ketidakpastian ekonomi seperti sekarang hobi akan dikesampingkan untuk memenuhi kebutuhan pokok.

Jadi dapat dikatakan Fantasia Studio memiliki potensi selama dapat menyediakan layanan yang memuaskan pembeli dan target pasar untuk Fantasia Studio adalah penggemar Anime, penggemar *Toys Photography*, penggemar atau kolektor boneka.