



BAB II

ANALISIS INDUSTRI



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

Gambaran Masa Depan

Sandang, pangan, dan papan merupakan kebutuhan paling mendasar manusia untuk dapat mempertahankan kehidupannya. Melihat bahwa sandang atau yang biasa kita sebut dengan pakaian merupakan kebutuhan dasar manusia, membentuk usaha di bidang ini akan memiliki kelangsungan hidup usaha yang panjang. Gambaran masa depan dari usaha yang bergerak di bidang sandang atau pakaian dapat dipastikan baik dan memiliki umur yang panjang karena selama manusia masih ada, usaha sandang tidak akan pernah berhenti berjalan.

Dapat kita lihat bahwa saat ini tingkat penawaran akan pakaian sangat besar. Begitu banyak produsen yang berlomba-lomba menciptakan pakaian yang sesuai dengan selera para konsumen. Bertambah banyaknya supplier pakaian mulai dari *supplier* besar hingga para *reseller* yang tersebar di seluruh wilayah Jakarta. Bahkan saat ini kita dapat memesan pakaian tersebut hanya melalui internet atau biasa disebut dengan *online shopping*.

Kualitas yang disajikan oleh para produsen dan supplier beraneka ragam. Ada yang berkualitas sangat baik hingga yang berkualitas buruk. Pembedanya adalah harga dari masing-masing kualitas yang ditawarkan. Tentunya semakin baik kualitas sebuah pakaian, maka harganya pun akan semakin mahal.

Hal lain yang dapat kita cermati adalah begitu cepatnya pertumbuhan tempat-tempat perbelanjaan yang dibangun di daerah Bekasi. Tempat-tempat seperti : mal,

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.



swalayan, ruko-ruko, semakin marak dibangun dimana-mana. Semua tempat ini didominasi dengan penjualan pakaian.

Wilayah bekasi merupakan contoh gambaran begitu pesatnya perkembangan industri pakaian. Wilayah ini memiliki mal yang didalamnya berisi berbagai macam distro, tempat perbelanjaan, bistro, dan lain sebagainya yang menyajikan berbagai macam jenis pakaian mulai dari anak-anak hingga usia lanjut.

Hampir semua tempat perbelanjaan pakaian yang ada di dalam mal-mal tersebut ramai akan pengunjung, terutama pada hari libur dan tanggal merah. Hal ini menggambarkan bahwa industri pakaian atau sandang memiliki permintaan yang begitu besar. Menjalankan usaha dibidang ini sangat menjanjikan.

Melihat peluang yang baik dalam industri pakaian, penulis memiliki keinginan untuk mendirikan distro dengan nama "Domingo Clothing". Distro Domingo Clothing menawarkan berbagai macam pakaian pria dan wanita yang *up to date* dan berkualitas baik. Distro ini akan didirikan di Ruko di pasar Sinpasa di Bekasi, yaitu Ruko Pasar Sinpasa Summarecon Bekasi. Distro ini tidak hanya menjual produknya saja, namun memperhatikan juga kepuasan pelanggannya. Agar pelanggan puas dan tidak ragu untuk membeli di Distro Domingo Clothing, kami memberikan garansi untuk penukaran produk kami selama 3 hari. Bagi konsumen yang telah membeli diperbolehkan untuk menukar barangnya namun harus dengan model yang sama dan barang tersebut harus dalam keadaan yang masih baik.

Selain itu, dengan dibukanya Distro Domingo Clothing ini maka akan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Menjadi karyawan Domingo Clothing tidaklah harus memiliki pendidikan yang tinggi. Karyawan yang dicari adalah karyawan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



yang komunikatif, terampil, cekatan, dan menarik sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk mampir ke Distro Domingo Clothing.

Sebuah perusahaan yang ingin berkembang ke depannya sangat penting untuk memperhatikan kualitas dan kesejahteraan karyawannya. Karyawan inilah yang secara langsung berinteraksi dengan para konsumen. Karyawan pulalah yang menjadi gambaran perusahaan kita. Sangat penting untuk memperhatikan kualitas dan penampilan karyawan kita.

Visi dari Domingo Clothing adalah Menjadi Trendsetter dalam dunia fashion remaja dan juga menjadi no.1 di Indonesia, serta *Go International*.

Misi dari Domingo Clothing adalah :

1. Domingo akan menjadi perusahaan retail dalam bidang fashion yang paling sukses di dunia dalam menawarkan pengalaman konsumen terbaik dipasar yang akan kami layani.
2. Domingo akan memenuhi pengharapan konsumen akan kualitas tertinggi dengan menggunakan teknologi terdepan.
3. Domingo akan mempunyai harga yang kompetitif, akuntabilitas individual dan perusahaan; layanan dan dukungan terbaik dikelasnya.
4. Domingo akan mempunyai kemampuan kustomisasi yang fleksibel.
5. Domingo akan berupaya menawarkan hasil finansial yang sehat bagi investor
6. Domingo akan membuka peluang bagi pertumbuhan dan kesejahteraan karyawan kami, para mitra bisnis kami, dan komunitas dimana kami beroperasi

B. Analisis Pesaing



Persaingan adalah hal yang tidak dapat dihindari dari sebuah bisnis. Dalam persaingan kita mengenal sebutan kompetitor. Kompetitor adalah perusahaan yang menjual barang atau jasa yang sejenis dengan perusahaan kita. Kompetisi dengan para kompetitor tidak dapat dihindari dalam sebuah bisnis. Dengan adanya kompetitor ini, bisnis akan terus berjalan maju dan memudahkan para konsumen memperoleh alternatif lain dari produk kita.

Mengerti dan mengetahui para kompetitor perusahaan sangatlah penting. Informasi mengenai para kompetitor dapat diperoleh melalui berbagai cara, seperti : melalui pengamatan, wawancara dengan kompetitor, *mystery shopper*, dan lain sebagainya.

Para kompetitor Domingo Clothing adalah Distro-Distro yang menjual pakaian sejenis di daerah Bekasi khususnya di Summarecon Bekasi. Distro yang menjadi pesaing utama Domingo Clothing adalah :

1. Messenjah

Mempunyai Ciri khas dengan gambar2 sablon yang mengikuti trend anak muda dan simple, model pakaian yang dijual oleh brand product ini kebanyakan untuk basic use sehingga model2 nya seperti kaos oblong saja yang mempunyai gambar-gambar simple karena messenjah mempunyai konsep basic use.

2. New Spirit

Mempunyai Ciri khas pesaing menjual kaos khusus couple dan juga menjual untuk keluarga saja jadi mempunyai ciri khas bahwa mereka menjual baju khusus pasangan.

3. Hand Design

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Mempunyai Ciri khas hand design sudah banyak dikenal masyarakat dan juga baju nya basic use serta mempunyai model-model yang mengikuti perkembangan jaman (modern).

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 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 apa pun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 2.1

Tabel Analisis CPM (Company Profil Matrix)

Faktor Kunci Keberhasilan Lokasi Distribusi Daya saing harga Citra merek Online delivery Loyalitas konsumen Promosi Pelayanan Kualitas produk	Bobot	Domingo Clothing		Messengah		New Spirit		Hand Design	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3	3	0,3
	0,2	3	0,6	1	0,2	2	0,4	4	0,8
	0,1	2	0,2	4	0,4	2	0,2	2	0,2
	0,1	4	0,4	3	0,3	1	0,1	3	0,3
	0,1	1	0,1	3	0,3	2	0,2	2	0,2
	0,1	4	0,4	2	0,2	2	0,2	3	0,3
	0,15	4	0,6	3	0,45	3	0,45	3	0,45
	0,15	3	0,45	4	0,6	2	0,3	3	0,45
	1		3,05		2,75		2,15		3

Mengingat begitu ketatnya persaingan di Summarecon Bekasi, Domingo Clothing harus memiliki keunggulan yang menjadi pembeda Distro Domingo Clothing dengan



Distro lainnya. Untuk menjadi unggul dalam persaingan, ada beberapa hal yang penting untuk diperhatikan dalam menjalankan usaha ini, yaitu :

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Lokasi Distro

Lokasi pendirian usaha menjadi sangat penting karena kenyamanan dan kemudahan akses untuk menjangkau Distro Domingo Clothing adalah salah satu hal utama yang akan diperhatikan konsumen. Pendirian lokasi Domingo Clothing haruslah di lokasi yang strategis dan mudah dilihat konsumen sehingga memudahkan konsumen untuk menemukan Distro Domingo Clothing.

Toko Domingo Clothing bertempat di ruko pasar sinpasa blok c1/6 dekat dengan pintu utama. Pintu Utama merupakan tempat yang hampir tidak pernah sepi dilalui oleh pengunjung. Di Dekat Distro ini terdapat tempat makan serta tempat perbelanjaan pengunjung. Selain itu, di sekitar Distro terdapat berbagai macam jenis stan makanan dan minuman. Hal ini membuat lokasi pendirian Distro strategis karena dilalui banyak sekali pengunjung dan sangat mudah dijumpai.

2. Daya saing harga

Melihat begitu banyaknya pesaing yang ada, harga menjadi salah satu penentu utama usaha tersebut dapat tetap bertahan dalam persaingan atau tidak. Target pasar utama Domingo Clothing adalah anak muda pria dan wanita yang menyukai fashion baju. Domingo Clothing ditujukan kepada market menengah dan menengah atas. Untuk menggapai *market* tersebut, Domingo mematok harga yang terjangkau dan terbilang murah dibandingkan dengan para pesaing. Harga

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



yang diberikan Domingo Clothing berkisar antara Rp 120.000,- hingga Rp 325.000,-.

Citra merek

Merek merupakan salah satu hal yang seringkali diperhatikan konsumen. Merek yang dijual Domingo Clothing merupakan buatan sendiri dengan merek asli yang diberikan Domingo Clothing. Distro ini membuat label mereknya sendiri.

Online delivery

Mengingat pola hidup konsumen saat ini yang ingin semua serba praktis, pengiriman produk menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan. Domingo Clothing sengaja menyediakan layanan *online shop* bagi para konsumennya. Hal ini sengaja disediakan pemilik agar memudahkan para konsumen yang ingin membeli namun tidak sempat untuk berkunjung. Konsumen tersebut dapat melihat produk-produk Domingo Clothing melalui sosial media yang digunakan Domingo Clothing untuk menjual secara *online*.

Pesaing-pesaing Domingo Clothing jarang ada yang memiliki *online shop*. Mereka lebih berfokus pada penjualan secara langsung kepada konsumen. Mengingat di dekat lokasi distro tersedia jasa JNE, hal ini membuat pemilik memiliki ide untuk memberlakukan *online shopping* untuk menarik para konsumennya untuk berbelanja di Distro Domingo Clothing. Selain itu, dengan jasa pengiriman ini, Distro Domingo Clothing akan menjangkau market yang lebih luas tidak hanya wilayah Bekasi dan sekitarnya.

Loyalitas konsumen

3 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.



Loyalitas konsumen merupakan hal yang harus dibangun dengan sesegera mungkin. Untuk membangun loyalitas konsumen, perusahaan perlu memperhatikan kualitas dan pelayanan kepada konsumen. Loyalitas konsumen akan timbul apabila konsumen tersebut merasa puas dan cocok dengan suatu toko atau perusahaan tertentu. Kepuasan yang diterima konsumen akan membuat konsumen kembali lagi untuk melakukan *repurchase*.

Promosi

Salah satu hal yang penting dijalankan dalam sebuah usaha adalah promosi. Tanpa adanya hal ini, konsumen tidak akan mengetahui keberadaan usaha kita dan tidak tertarik untuk mengunjunginya. Promosi yang dilakukan Domingo Clothing adalah dengan menggunakan sosial media seperti : Facebook, Twitter, Instagram, dan BBM. Menggunakan sosial media memang menjadi promosi yang akan gencar dilakukan pemilik. Hal ini disebabkan karena target pasar Domingo Clothing adalah kaula muda yang sangat kental dengan penggunaan sosial media. Selain itu, Domingo Clothing juga akan memberikan promosi berupa voucher cash back pada saat *grand opening*.

Pelayanan

Pelayanan menjadi salah satu *point* penting dalam majunya sebuah perusahaan. Domingo Clothing akan mengutamakan pelayanan terhadap konsumennya. Pemilik Domingo Clothing akan mempekerjakan karyawan yang komunikatif, ramah, dan menarik. Selain itu, pemilik akan mengajarkan terlebih dahulu tentang cara melayani yang baik sehingga karyawan dapat mempraktekannya dengan baik kepada konsumen langsung dan *online*.

© 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.



8. Kualitas produk

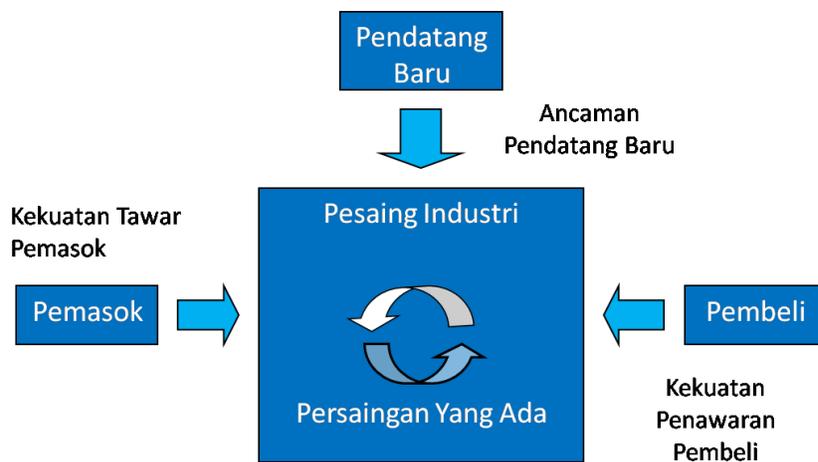
Bagi pemilik, kualitas produk merupakan hal yang penting diperhatikan. Bila kualitas produk yang ditawarkan buruk, konsumen akan kecewa dan tidak akan membeli untuk kedua kalinya. Hal ini yang ingin dihindari oleh pemilik. Pemilik ingin memberikan produk dengan kualitas yang baik kepada konsumennya. Agar konsumen merasa puas dan nyaman saat menggunakannya. Dengan kepuasan tersebut, diharapkan konsumen akan melakukan pembelian kembali dan bahkan menjadi konsumen setia Domingo Clothing.

Kesimpulan dari analisis CPM jika dilihat dari variabel-variabel yang telah disebutkan diatas maka Distro Domingo Clothing memiliki nilai yang paling besar dan mampu bersaing di industri pakaian *fashion* dengan pesaing paling dekat adalah Hand Design kemudian Messenjah dan terakhir adalah New Spirit.

Menurut Fred R. David yang diadopsi dari Porter (2010:146) , hakikatnya di dalam suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan, dapat dilihat seperti gambar 2.1.

Gambar 2.1

5 Keunggulan Model Porter



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

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



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.

Sumber : Fred R. David. *Manajemen Strategis Konsep*. Salemba 4. Buku 1. Edisi 12. Hal 146

1) Ancaman Pendetang Baru

Bila sebuah perusahaan yang baru mudah memasuki industri ini, maka tingkat persaingan yang ada akan semakin besar. Hambatan-hambatan yang ada bagi pendatang baru antara lain : kurangnya pengalaman, loyalitas konsumen yang kuat, preferensi merek yang kuat, persyaratan modal yang besar, kurangnya saluran distribusi yang memadai, lokasi yang kurang menguntungkan, kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi secara cepat, kebutuhan menguasai teknologi dan trik-trik praktis, kebijakan regulatif pemerintah, kurangnya akses ke bahan mentah, kepemilikan paten, serangan balik dari perusahaan yang diam-diam berkubu, dan potensi penyaringan pasar.

Ancaman masuknya pendatang baru pada bisnis Distro Domingo Clothing dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain :

Pertama, modal yang diperlukan untuk membuat usaha bisnis Distro terbilang kecil sehingga pendatang baru yang ingin memasuki industri ini menjadi mudah.

Kedua, kurangnya pengalaman yang dimiliki pendatang baru dapat dengan mudah diatasi dan dipelajari oleh pendatang baru karena hampir semua Distro



memiliki cara berjualan yang sama sehingga dengan cepat dan mudah dapat dipelajari.

Ketiga, loyalitas konsumen terhadap Distro seperti Domingo Clothing dan sejenisnya yang sudah ada terbilang rendah mengingat dengan mudahnya para konsumen berpindah ke Distro lain untuk mencari produk yang diinginkan. Berbeda dengan Distro yang memiliki *brand loyalty* yang sangat kuat.

Untuk memasuki industri ini, Domingo Clothing akan menggunakan strategi pelayanan yang terbaik, memberikan harga terjangkau dengan diskon, dan menjual pakaian yang modis dan berkualitas baik.

Kekuatan Tawar Pemasok

Kekuatan tawar pemasok memengaruhi intensitas persaingan di sebuah industri terutama ketika terdapat sejumlah besar pemasok, atau ketika hanya terdapat sedikit bahan mentah pengganti yang bagus, atau ketika biaya peralihan ke bahan mentah lainnya sangat tinggi.

Kekuatan tawar menawar pemasok, dalam hal ini adalah *supplier* pakaian Distro Domingo Clothing, memiliki kekuatan tawar menawar yang rendah dikarenakan banyaknya *supplier* pengganti yang menawarkan barang yang serupa. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya pedagang pakaian yang mendapat pasokan dari berbagai macam distributor atau *supplier*. Bila harga yang ditawarkan kepada Domingo Clothing dinilai tidak lagi menguntungkan, Domingo Clothing dapat membuat kepada *supplier* lain.

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.



Selain itu, bahan untuk membuat pakaian beraneka ragam sehingga mudah bagi para *supplier* yang ada untuk membuat berbagai macam model pakaian dengan bahan yang berbeda-beda namun tetap menjaga kualitas pakaiannya.

Kekuatan Tawar Pembeli / Konsumen

Konsumen akan memiliki daya tawar yang semakin besar bila mereka dapat dengan mudah dan murah beralih ke merek atau pesaing lain, mereka menduduki tempat yang sangat penting bagi penjual, penjual mengalami masalah menurunnya permintaan konsumen, mereka memiliki informasi tentang produk, harga, dan biaya penjual, dan jika mereka memegang kendali mengenai apa dan kapan mereka bisa membeli produk.

Dalam hal ini, kekuatan tawar menawar pembeli besar karena seperti yang kita ketahui bahwa banyak sekali toko yang menawarkan pakaian harga dan modelnya bervariasi. Selain itu, bagi Distro baru seperti Domingo Clothing, pembeli yang ada memiliki posisi yang sangat penting mengingat pelanggan Domingo Clothing masih sedikit. Permintaan pakaian kepada Distro Domingo Clothing juga masih terbilang sedikit. Semua hal ini membuat daya tawar konsumen atau pembeli besar.

Ancaman Produk atau Jasa Pengganti / Substitusi

Dibanyak industri, perusahaan saling berkompetisi dengan produsen produk-produk pengganti. Hadirnya produk pengganti membuat batas tertinggi harga yang dapat diberikan kepada konsumen. Tekanan kompetitif yang meningkat dari produk pengganti bertambah ketika harga relatif produk pengganti

3 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.



tersebut turun dan manakala biaya peralihan konsumen turun. Kekuatan kompetitif produk pesaing bisa diukur dengan penelitian terhadap pangsa pasar yang berhasil diraih produk itu.

Hingga saat ini belum terlihatnya produk pengganti yang tersedia. Belum adanya bahan dasar baru untuk membuat pakaian. Hal ini membuat ancaman produk pengganti dalam industri ini kecil.

Persaingan di dalam Industri

Strategi yang dijalankan oleh perusahaan dapat berhasil hanya sejauh bila perusahaan mampu menghasilkan keunggulan kompetitif atas pesaing-pesaing yang ada. Perubahan strategi yang dijalankan oleh satu perusahaan bisa ditanggapi dengan strategi balasan oleh pesaing, seperti : penurunan harga, peningkatan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, perpanjangan garansi, dan pengintensifan iklan.

Strategi yang dijalankan oleh Domingo Clothing untuk mensiasati persaingan yang besar di dalam industri ini adalah dengan menyediakan pakaian yang modis, menarik, dan berkualitas bagi para konsumennya. Selain itu Domingo Clothing membandrol harga produknya dengan harga yang terjangkau untuk kaula muda. Sehingga, para kosumen akan merasa puas dengan produk Domingo Clothing. Domingo Clothing juga menyediakan layanan pengiriman untuk para konsumennya yang tidak diberikan oleh pesaing lain. Selain itu, Domingo Clothing memberikan garansi penukaran kepada kosumennya dan juga melakukan promosi secara gencar seperti melalui sosial media dan pemberian hadiah untuk jumlah pembelian tertentu. Peningkatan loyalitas merek juga

5 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.



menjadi target utama Domingo Clothing. Domingo Clothing yakin bila seseorang konsumen puas akan merek Domingo Clothing, maka konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang atau bahkan akan menjadi *loyal customer*.

Fred R. David (2010:124) menjabarkan tentang kekuatan eksternal yang mempengaruhi usaha yang akan kita jalankan. Beberapa faktor eksternal yang mempengaruhi Distro Domingo Clothing adalah :

1. Kekuatan ekonomi

Menurut pengamat makro ekonomi Universitas Gajah Mada, laju pertumbuhan perekonomian Indonesia tahun 2013 ini melemah bila dibandingkan dengan tahun 2012 lalu. Konsumsi rumah tanggapun menurun akibat inflasi yang menyebabkan meningkatnya harga-harga barang kebutuhan rumah tangga. <http://macroeconomicdashboard.com/index.php/id/ekonomi-makro/119-perkembangan-ekonomi-terkini-2013-ii> (diakses 21 April 2014)

Hal ini dapat menjadi tantangan bagi Domingo Clothing karena dengan perekonomian yang kurang baik, harga kebutuhan akan meningkat sehingga menyebabkan konsumen akan menunda untuk berbelanja dan mengutamakan kebutuhan terpentingnya yaitu kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan pangan.

2. Kekuatan sosial dan budaya

Industri pakaian sangat dipengaruhi oleh tren yang sedang beredar saat ini. Perubahan tren yang cepat dapat menjadi peluang sekaligus tantangan bagi Distro Domingo Clothing. Para konsumen yang merupakan pengikut setia tren atau biasa disebut dengan konsumen yang modis akan lebih giat berbelanja mengingat sering adanya produk-produk baru yang mengikuti perkembangan zaman yang ada.

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.



Di sisi lain, hal ini juga merupakan tantangan bagi Distro Domingo Clothing. Bila distro ini tidak dapat mengikuti perubahan tren yang ada, maka kaum muda akan dengan mudah berpindah kepada Distro lain.

3. Kekuatan demografi

Dalam penulisan tesis salah seorang mahasiswa Universitas Diponegoro, Taufik menyatakan bahwa "Jumlah remaja merupakan komposisi terbesar penduduk Jakarta yaitu 31,88 % dengan peningkatan 0,99% per tahun". Pertumbuhan ini dikategorikan sebagai pertumbuhan yang terbilang pesat. <http://eprints.undip.ac.id/23582/> (diakses 21 April 2014)

Melihat pertumbuhan remaja di Bekasi yang terbilang pesat, hal ini menjadi peluang besar bagi Domingo Clothing. Dengan pertumbuhan penduduk remaja yang pesat, membuat target pasar Domingo Clothing semakin luas. Kesempatan ini akan digunakan Domingo Clothing dengan memanfaatkan promosi dengan optimal agar Domingo Clothing semakin dikenal dan berkembang pesat seiring dengan pesatnya perkembangan pangsa pasarnya

4. Kekuatan teknologi

Pertumbuhan teknologi yang cepat membuka peluang besar bagi Domingo Clothing untuk memajukan usahanya dengan cepat. Mengingat target pasarnya yang mayoritas merupakan pengguna teknologi khususnya internet, membuat pemilik Domingo Clothing memanfaatkan kesempatan ini untuk menggaet pasar yang lebih besar melalui *online shopping* yang dijalankan melalui sosial media seperti: BBM, facebook, Twitter, dan instagram.



Berdasarkan teori Fred R. David (2010:327) perusahaan perlu menganalisa persaingan yang ada untuk terus bertahan dalam usahanya. Untuk membantu melakukan analisa tersebut, perusahaan dapat menggunakan matriks kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman (SWOT). Matriks kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman (SWOT) adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan 4 jenis strategi, yaitu : Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman).

Distro Domingo Clothing memiliki beberapa kekuatan, kelemahan, peluang, dan hambatan. Berikut adalah analisa SWOT Domingo Clothing.

Kekuatan/*Strength*

1 Daya saing harga yang kuat

Domingo Clothing membandrol harga pakaian yang dijual dengan harga yang terjangkau namun dengan kualitas yang baik. Harga yang diberikan berkisar antara Rp 120.000,- hingga Rp 325.000,-. Harga yang diberikan terbilang murah bila dibandingkan dengan para pesaing utamanya yaitu Messenjah yang memiliki harga diatas Rp150.000,- untuk pakaian, Hand Design membandrol harga Rp 120.000,- hingga Rp 400.000,-, dan New Spirit yang memang menjual pakaian dengan harga mulai Rp 125.000,- hingga ratusan ribu namun dengan kualitas yang terbilang kurang baik.

2 *Online delivery*

Untuk memudahkan para konsumennya, Domingo Clothing menyediakan jasa pengiriman barang yang ingin dibeli. Domingo Clothing menyediakan jasa *online delivery* bagi para konsumennya. Hal ini sengaja Domingo Clothing



sediakan bagi para konsumen yang malas berbelanja langsung ke toko Domingo Clothing. Pengiriman akan dilakukan dengan menggunakan jasa paket JNE. Penggunaan jasa JNE dipilih karena sudah terjamin keamanannya dan gerai JNE terletak di dekat Domingo Clothing. Ongkos pengiriman menjadi tanggungan pembeli.

Promosi yang menarik

Domingo Clothing memilih sosial media sebagai alat untuk melakukan promosi untuk distro ini. Sosial media yang digunakan antara lain adalah facebook, instagram, dan blackberry group. Mengingat target utama Domingo Clothing adalah kaula muda, sosial media akan menjadi alat promosi yang paling efektif dan ekonomis dijalankan.

Pemilik juga akan memberikan hadiah berupa Kaos untuk para konsumen yang berbelanja minimum Rp 300.000,-. Domingo Clothing juga memberikan diskon kepada para *resellernya* yang membeli dalam jumlah banyak.

Kualitas yang baik

Hal yang menjadi perhatian utama pemilik adalah kualitas yang produknya. Pemilik ingin agar semua konsumennya puas akan produk Domingo Clothing. Kualitas produk yang dijual Domingo Clothing dipastikan berkualitas baik dan tahan lama.

Pelayanan yang baik

Pemilik menegaskan kepada seluruh pegawainnya untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Pemilik akan terlebih dahulu mengajarkan kepada pegawainya cara melayani yang baik. Pemilik

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.



percaya dengan memberikan pelayanan yang terbaik, maka konsumen akan merasa nyaman dan betah berbelanja di Domingo Clothing. Konsumen yang puas dapat melakukan *repeat order* dan bahkan dapat menjadi *loyal customer* Domingo Clothing. Pemilik percaya bahwa konsumen yang *loyal* terhadap Domingo Clothing akan mempromosikan Domingo Clothing kepada orang lain sehingga akan terbentuk *mouth-to-mouth promotion*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Kelemahan/Weakness

1 Merupakan distro baru dan belum dikenal

Domingo Clothing merupakan Distro yang baru berdiri sehingga belum banyak konsumen yang mengenal Domingo Clothing. Perlunya dukungan promosi yang baik dan menarik sehingga para konsumen tertarik untuk berkunjung di Domingo Clothing.

2 Belum adanya loyalitas pelanggan

Distro Domingo Clothing masih sangat baru sehingga belum memiliki konsumen tetap yang loyal terhadap produk-produk Domingo Clothing. Perlu melakukan berbagai cara agar meningkatkan tingkat loyalitas konsumen terhadap produk Domingo Clothing.

Kurangnya pengalaman pemilik akan usaha ini

Keterbatasan pengalaman yang dimiliki pemilik dalam menjalankan usaha ini. Pemilik yang merupakan pengusaha yang baru akan memulai usahanya, tidak memiliki pengalaman dan pengetahuan yang luas dan mendalam tentang usaha ini. Berbeda dengan pengusaha distro lain yang telah

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.



menjalankan usaha ini selama beberapa tahun, mereka pasti memiliki pengalaman dan pengetahuan yang luas mengenai usaha ini.

Lemahnya citra merek

Domingo Clothing tidak memiliki mereknya sendiri. Sistem yang dijalankan Domingo Clothing adalah membeli produk dengan merek asli konveksi atau produsen dan langsung menjualnya kepada konsumen. Merek-merek yang dijual oleh Domingo Clothing bukanlah merek yang terkenal. Bagi sebagian konsumen yang mementingkan merek, mereka akan lebih memilih pesaing Domingo Clothing seperti Branded Mode yang menyediakan produk yang serupa namun bermerek mahal.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Peluang/Opportunity

1 Banyaknya perumahan dan tempat usaha yang ada dan yang sedang bertumbuh di kawasan Summarecon Bekasi Seperti yang telah diketahui, di dalam kawasan Summarecon Bekasi terdapat banyak sekali apartment, rumah makan, dan juga hotel. Selain itu, kawasan ini dikelilingi oleh beberapa perumahan, tempat usaha bahkan mal. Begitu banyak tempat usaha dan perumahan yang mengelilingi tempat ini sehingga membuat market pasar Domingo Clothing besar.

Tren pakaian yang terus berubah

Perubahan tren pakaian yang cepat menjadi peluang yang baik bagi distro ini. Para konsumen yang sebagian besar ingin menjadi modis, semakin sering membeli pakaian yang sedang menjadi tren saat ini.

Pesatnya pertumbuhan remaja di wilayah Bekasi

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.



Pertumbuhan remaja di wilayah Bekasi yang pesat membuka peluang baru bagi Domingo Clothing. Dengan bertambahnya remaja yang ada, membuat pasar Domingo Clothing semakin luas dan besar. Hal ini harus dimanfaatkan Domingo Clothing sebaik-baiknya agar Domingo Clothing dapat menjadi Distro yang maju dan berkembang.

Semakin banyaknya supplier yang menawarkan pakaian dengan model dan harga yang beragam

Berdasarkan data hasil survey yang dilakukan oleh BPS, terjadi kenaikan sebesar 9,93% pada produksi pakaian jadi di tahun 2013 ini. http://www.bps.go.id/brs_file/industri_01mei13.pdf (diakses 21 April 2014)

Hal ini dapat dirasakan dengan semakin banyaknya jumlah supplier yang menawarkan produk-produknya. Keuntungan yang diperoleh oleh Distro adalah Domingo Clothing dapat memperoleh pakaian yang diinginkan dengan mudah dan dengan harga yang murah. Selain itu, Domingo Clothing juga dapat memperbanyak variasi pakaian yang dijualnya agar para pelanggan semakin puas dengan produk-produk Domingo Clothing.

Pertumbuhan permintaan pakaian jadi

Berdasarkan data BPS, pertumbuhan produksi akan pakaian jadi meningkat. Hal ini menjadi indikator bahwa permintaan akan pakaian jadi juga meningkat. Meninjau permintaan yang terus meningkat, Domingo Clothing dapat memanfaatkan hal ini sebagai peluang untuk mengembangkan pasar Domingo Clothing sebagai Distro yang menyediakan pakaian jadi yang *up to date*.

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



Perkembangan teknologi yang ada menjadi peluang besar bagi Domingo Clothing. Perubahan tren hidup konsumen yang menginginkan semua serba praktis, membuat Domingo Clothing memiliki ide untuk menjual dengan sistem *online*. Sehingga memudahkan para konsumen untuk berbelanja tanpa harus mendatangi Domingo Clothing. Selain itu, perkembangan teknologi yang begitu cepat dan menjadi sebuah peluang dalam usaha ini, misalnya aplikasi yang dapat digunakan untuk membuat laporan persediaan barang, laporan pendapatan per bulan, dan lain sebagainya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ancaman/Thread

1 Mudahnya para pesaing baru memasuki industri fashion

Mengingat untuk memulai usaha distro tidak membutuhkan modal yang terlalu besar, mudah untuk mempelajari cara pengoperasian Distro, dan loyalitas konsumen yang rendah, membuat para pesaing baru mudah untuk memasuki industri ini. Selain itu, terlihat dengan jelas bertambah banyaknya jumlah Distro di wilayah Bekasi. Hal ini menyebabkan persaingan dalam industri ini semakin ketat.

Perubahan tren pakaian yang cepat berubah

Perubahan tren pakaian baik pria maupun wanita sangat mudah berubah-ubah. Akibatnya, Domingo Clothing harus juga cepat mengikuti perubahan mode yang ada. Bila Domingo Clothing tidak dapat mengikuti tren pakaian yang sedang berkembang, pembeli akan dengan mudah beralih. Pakaian-pakaian yang masih tersisa namun sudah tidak tren lagi dapat dijual dengan harga yang lebih murah.

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



3. Melemahnya pertumbuhan ekonomi

Pertumbuhan ekonomi tahun ini tidak sebaik tahun sebelumnya. Hal ini menyebabkan inflasi barang-barang rumah tangga dan membuat konsumen mulai menunda pembelian barang-barang kebutuhan tambahan dan mengutamakan kebutuhan paling utama mereka yaitu kebutuhan pangan.

4. Kekuatan tawar konsumen yang besar

Industri pakaian memiliki persaingan yang ketat. Begitu banyaknya distro pengganti yang ada dan menawarkan pakaian sejenis. Akibatnya, kekuatan tawar konsumen menjadi besar. Konsumen akan dengan mudah beralih kepada Distro lain bila Domingo Clothing tidak dapat menyediakan produk yang baik dengan harga yang terjangkau.

5. Persaingan yang sangat ketat dalam industri ini

Disekitar lokasi distro terdapat banyak sekali distro yang menjual produk sejenis. Hal ini membuktikan bahwa persaingan yang ada sangatlah ketat. Butuh adanya keunikan dan perbedaan yang menjadi keunggulan Domingo Clothing sehingga distro ini dapat terus bertahan di pasarnya.

Berikut adalah tabel 2.2 yang merupakan tabel matriks SWOT yang diajarkan oleh Fred R. David untuk melakukan analisa perusahaan.

Tabel 2.2

Matriks SWOT

	<i>Strenghts – S</i>	<i>Weaknesses – W</i>
	1. Daya saing harga yang kuat	1. Merupakan distro baru dan belum dikenal
	2. Online delivery	2. Belum adanya loyalitas
	3. Promosi yang menarik	

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



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>4. Kualitas yang baik</p> <p>5. Pelayanan yang baik</p>	<p>pelanggan</p> <p>3. Kurangnya pengalaman pemilik</p> <p>4. Lemahnya citra merek</p>
	<p><i>Opportunities – O</i></p>	<p><i>SO Strategies</i></p>
<p>Banyaknya perumahan dan tempat usaha yang ada dan sedang bertumbuh di kawasan Summarecon Bekasi</p> <p>Tren pasar yang terus berubah</p> <p>Pesatnya pertumbuhan remaja di Bekasi</p> <p>Makin banyaknya supplier yang menawarkan pakaian dengan model dan harga yang beragam</p> <p>Pertumbuhan permintaan pakaian jadi</p> <p>Perkembangan teknologi</p>	<p>1. Menyediakan layanan jasa pengiriman dan pembelian yang terbaik bagi para konsumen. (S2,S5,O5,O6)</p> <p>2. Menyediakan pakaian <i>up to date</i> yang berkualitas dengan harga terjangkau. (S1,S4,O2,O3,O4)</p> <p>3. Memberikan promosi yang gencar agar konsumen tertarik dan terjadi <i>mouth to mouth promotion</i>. (S3,O1)</p>	<p>1. Melakukan promosi menarik dan lebih gencar agar Distro Domingo Clothing dikenal masyarakat. (W1,W2,W4,O1,O3,O6)</p> <p>2. Pemilik giat melakukan survey dan pembelajaran dari berbagai pihak dan sumber agar memiliki pengetahuan yang mendalam akan industrinya. (W3,O2,O4,O5)</p>
<p><i>Threats – T</i></p>	<p><i>ST Strategies</i></p>	<p><i>WT Strategies</i></p>
<p>1. Mudah nya pesaing baru memasuki industri fashion</p> <p>Perubahan tren pakaian yang cepat berubah</p> <p>Melemahnya pertumbuhan ekonomi</p> <p>Kekuatan tawar konsumen yang besar</p> <p>Persaingan yang ketat dalam industri ini</p>	<p>1. Memberikan harga yang berbeda bagi para <i>reseller</i> agar terus berbelanja dengan Domingo Clothing.(S1,S3,T1,T5)</p> <p>2. Menjual pakaian modis yang berkualitas secara langsung juga secara <i>online</i> untuk memudahkan pelanggan. (S2,S3,S4,T2,T3,T4)</p>	<p>1. Pemilik langsung membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. (W1,W2,T1,T4)</p> <p>2. Melakukan pendekatan yang baik kepada pelanggan dan supplier sehingga nantinya Domingo Clothing dikenal. (W3,T5)</p>

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.



 Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)		3. Menciptakan citra distro yang up to date namun ekonomis. (W4,T2,T3)
---	--	--

Segmentasi Pasar

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:223) segmentasi pasar berguna untuk menyesuaikan program pemasaran untuk mengenali perbedaan pelanggan.

Variabel segmentasi yang utama adalah :

1. Segmentasi Geografis

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

2. Segmentasi Demografis

Membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan pada variabel seperti :

- Umur dan tahap siklus hidup : Keinginan dan kemampuan konsumen berubah sesuai dengan usia dan siklus hidupnya.
- Tahap kehidupan : Didefinisikan sebagai perhatian utama seseorang (perceraian, pernikahan kedua, merawat orang tua, dan lain-lain).
- Jenis kelamin : Pria dan wanita mempunyai sikap dan perilaku yang berbeda, sebagian berdasarkan susunan genetik dan sebagian karena sosialisasi.
- Pendapatan : Merupakan praktik lama dalam kategori seperti otomotif, pakaian, kosmetik, layanan keuangan, dan perjalanan.



- Generasi : Sangat dipengaruhi oleh saat-saat pertumbuhan mereka (musik, film, politik, dan lain-lain).
- Kelas sosial : Berpengaruh kuat terhadap preferensi mobil, pakaian, perlengkapan rumah, dan lain sebagainya.

C

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Segmentasi Psikografis

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

4. Segmentasi Perilaku

Mengelompokkan pembeli berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan, atau respon mereka terhadap suatu produk.

Segmentasi pasar yang dilakukan Distro Domingo Clothing adalah segmentasi berdasarkan variabel geografis, variabel jenis kelamin, variabel umur, juga variabel pendapatan. Berdasarkan segmentasi geografis, Distro Domingo Clothing membagi pasar berdasarkan wilayah yang ada. Target pasar utama Distro Domingo Clothing adalah wilayah Summarecon Bekasi. Berdasarkan segmentasi jenis kelamin dan variabel umur, Distro Domingo Clothing memiliki target pasarnya yaitu remaja pria dan wanita yang menyukai *fashion* baju. Sedangkan untuk segmentasi pendapatan, Distro Domingo Clothing ingin memasuki pasar menengah dan menengah keatas

D Ramalan Industri dan Pasar

Target pasar Domingo Clothing adalah kaula muda atau kaum remaja yang berusia kira-kira 17 tahun hingga 30 tahun. Distro ini akan didirikan di Summarecon Bekasi dengan pasar utama Distro ini adalah kaula muda di daerah Summarecon Bekasi.

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.



Berikut adalah tabel data jumlah penduduk Bekasi khususnya wilayah Summarecon Bekasi menurut jenis kelaminnya.

Tabel 2.3

Tabel Hasil Sensus Penduduk Tahun 2010 Wilayah Bekasi

Kode	Kecamatan	Laki-Laki	Perempuan	Laki-laki + Perempuan		Sex Ratio
				5	6	
10	PONDOKGEDE	123.934	122.479	246.413	101,19	
11	JATIAMPURNA	51.945	51.549	103.494	100,77	
12	PONDOKMELATI	65.403	64.344	129.747	101,65	
20	JATIASIH	100.826	98.332	199.158	102,54	
30	BANJARGEBAANG	50.519	45.240	95.759	111,67	
31	MUSTIKAJAYA	81.084	79.297	160.381	102,25	
40	BEKASI TIMUR	125.194	121.005	246.199	103,46	
41	RAWALUMBU	104.019	104.101	208.120	99,92	
50	BEKASI SELATAN	102.082	101.506	203.588	100,57	
60	BEKASI BARAT	136.736	132.919	269.655	102,87	
61	MEDAN Satria	81.794	79.568	161.362	102,8	
70	BEKASI UTARA	154.106	149.899	304.005	102,81	
75	KOTA BEKASI	1.177.642	1.150.239	2.327.881	102,38	
	(HASIL SP2000)	828.717	835.085	1.663.802	99,24	

Sumber: BPS Bekasi (diakses 27 April 2014)

Potensi pasar Domingo Clothing terbilang cukup luas mengingat jumlah penduduk yang berada di sekitar wilayah Summarecon Bekasi cukup banyak. Sebagian besar penduduk yang ada di wilayah Summarecon Bekasi sangat suka untuk mengisi



waktu mereka dengan berbelanja atau sekedar jalan-jalan. Jumlah pengunjung yang mendatangi Distro pesaing Domingo Clothing adalah sekitar 30 hingga 50 orang dalam sehari bahkan bisa lebih saat hari libur. Hal ini menjadi pendorong kuat bahwa usaha Distro ini memiliki pasar yang baik.

Selain itu, dapat kita amati secara kasat mata bahwa dahulu wilayah Bekasi hanya memiliki Mal Metropolitan saja. Namun seiring perkembangan zaman, berdiri mal-mal lain seperti Grand Metropolitan Bekasi, Hypermall Bekasi, dan Summarecon Mall Bekasi. Bila kita cermati dengan baik, jumlah Distro penyedia pakaian jadi semakin banyak dan berkembang di wilayah Bekasi. Distro ini terdiri dari Distro yang besar, sedang, kecil, bahkan distro yang berupa stan. Barang yang tersediapun beraneka ragam sesuai dengan target pasarnya. Mal-mal ini berkembang dengan baik dan semakin padat akan Distro-distro yang ada.

Kualitas yang disediakanpun beraneka ragam ada yang baik dan sedang. Namun, semakin hari distro-distro tersebut menyediakan pakaian dengan kualitas yang semakin baik dan menjual pakaian dengan ragam variasi yang semakin banyak.

Agar menjadi Distro yang berkembang, hal utama yang dilakukan Domingo Clothing adalah menjadi Distro yang unggul dibandingkan pesaing utamanya dengan cara mengedepankan *customer satisfaction*. Diharapkan dalam tahun-tahun kedepan bisnis atau usaha Distro ini akan semakin maju dan berkembang pesat mengingat kondisi kaula muda saat ini yang cenderung semakin memperhatikan penampilan mereka.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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