



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Dalam menjalankan suatu bisnis, perusahaan harus menganalisis sebuah tren dan pertumbuhan industri terkait bisnis tersebut untuk melihat suatu kelayakan dari bisnis itu sendiri, karena tahap tersebut merupakan bagian yang penting dilakukan untuk meminimalkan resiko yang terjadi dan memperkirakan tingkat penjualan di masa depan.

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

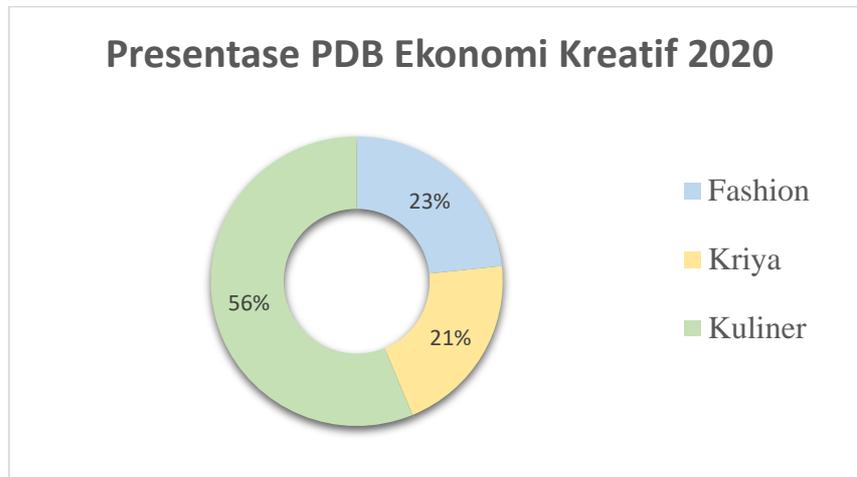
Industri *fashion* lokal saat ini sedang berkembang pesat di Indonesia, dimulai dari distro, butik, *factory outlet*, hingga *clothing line* milik pribadi. Karena permintaan pasar terhadap *fashion* semakin hari kian semakin tinggi. Kesadaran masyarakat akan *fashion* sudah cenderung masuk dalam *life style* mereka, sehingga dapat dikatakan bahwa kebutuhan *fashion* pada jaman ini tidak hanya untuk menutup tubuh, tetapi untuk memperlihatkan gaya hidup dan identitas seseorang. Oleh karena itu, industri *fashion* tidak akan punah dalam hal apapun, tetapi dalam industri *fashion* perlu dibutuhkan sebuah inovasi dan kreatifitas untuk membuat karya dengan mode dan tren baru untuk kepuasan konsumen.

Industri *fashion* sekarang menjadi sebuah pilihan utama bagi anak muda di Indonesia. Banyak anak muda kreatif yang sangat antusias belajar di industri ini, sehingga tren *fashion* dapat mengalami perubahan cepat setiap bulan. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Bapak Wishnutama, menyatakan bahwa 3 subsektor terbesar dalam penyumbang kontribusi devisa yang tinggi bagi Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional yakni *fashion*, kuliner dan kriya. Ketiga subsektor ini juga memiliki nilai ekspor terbesar yakni *fashion* US\$ 11,9 miliar, Kriya US\$ 64 miliar, dan kuliner US\$ 1,3 miliar. Berikut angka presentase subsektor tertinggi PDB Ekonomi Kreatif tahun 2020:



Gambar 3.1

PDB Ekonomi Kreatif



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020

Dari data diatas dapat dikatakan bahwa peluang bisnis dari usaha ini masih sangat luas, sehingga prospek untuk menjalankan bisnis ini masih sangat bagus karena permintaan pasar terhadap *fashion* di Indonesia selalu mengalami peningkatan.

Gambar 3.2

Trend Tie Dye tahun 2020



Sumber: Google Trends

Menurut data oleh google trend pada tahun 2020, pencarian kata kunci *tie dye* mengalami kenaikan dan mencapai titik tinggi. Tren pakaian dengan motif *tie dye* sangat

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



berkembang di Indonesia. Kenaikan kata kunci *tie dye* di masa pandemi disebabkan karena banyaknya orang yang mencari hobi baru dan mengisi waktu.

B. Analisis Pesaing

Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil apabila perusahaan dapat memahami kemampuan pesaingnya. Kemampuan ini dimaksudkan seperti memprediksi siapa saja pesaingnya, bagaimana strategi yang dilakukan, apa kekuatan dan kelemahannya, harga yang ditawarkan, lokasi tempat, dan promosi yang digunakan. Dengan kata lain, menganalisa pesaing berfungsi untuk menjadikan tolak ukur bagi perusahaan di masa yang akan datang.

Persaingan dalam dunia bisnis dapat dikatakan hal yang wajar. Artinya, dalam dunia bisnis, pasti akan ada satu, atau lebih pesaing. Pada jaman dulu, para pesaing selalu dianggap musuh perusahaan dan harus dimusnahi, sehingga banyak perusahaan yang bangkrut dan kehilangan konsumen karena terlalu fokus untuk menjatuhkan pesaing. Namun seiringnya jaman, pesaing tidak lagi dianggap musuh, melainkan dapat menjadi relasi dan mitra kerja sama. Dengan itu, koneksi perusahaan akan semakin besar dan saling menguntungkan.

Menurut David (2015:59), pesaing adalah perusahaan yang menawarkan produk dan jasa sejenis di pasar yang sama. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus memiliki strategi dan perbedaan tersendiri untuk memenangkan pesaingnya. *RIDE OR DYE* memiliki beberapa pesaing yang sudah ada terlebih dahulu di bidang pakaian jenis *tie dye*. Berikut beberapa pesaing *RIDE OR DYE* di media sosial yang menjual produk serupa, antara lain:

1. Nama Usaha : Era Store
Harga : Rp 110.000 - Rp 250.000



Lokasi : Pancoran, Jakarta Selatan

Ⓢ Kualitas Produk : Cukup Baik

Motif : Baik

2. Nama Usaha : BLOOP

Harga : Rp 101.000 - Rp 395.000

Lokasi : Tebet, Jakarta Selatan

Kualitas Produk : Baik

Motif : Baik

Dari observasi yang dilakukan, penulis juga menemukan beberapa keunggulan dan kelemahan dari pesaing utama *RIDE OR DYE* yang dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 3.1

Keunggulan dan Kelemahan Pesaing

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Era Store	1. Feeds di Instagram menarik 2. Menggunakan model profesional untuk foto produk	1. Hanya menjual jenis piyama bermotif <i>tie dye</i> 2. Motif <i>tie dye</i> di print oleh mesin (bukan <i>handmade</i>)
BLOOP	1. Nama brand sudah dikenal masyarakat 2. Store yang luas dan nyaman	1. Hanya menjual pakaian khusus laki-laki 2. Tidak aktif di sosial media

Sumber: *RIDE OR DYE*, 2020

Untuk menghadapi pesaing di media sosial, *RIDE OR DYE* juga membuka toko *offline* yang berada di Jalan Tebet Utara, Jakarta Selatan. *RIDE OR DYE* juga menampilkan beberapa *display* produk dengan patung manekin, membuat produk dengan

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



pertumbuhan pasar luas, maka peluang bisnis akan mengalami kenaikan dan meningkatkan daya beli masyarakat. Industri pakaian menjadi segmen terbesar dan merupakan pertumbuhan produksi paling tinggi di antara sektor lainnya sepanjang kuartal I/2019. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada 3 bulan pertama tahun 2019, industri pakaian naik sebesar 29,19% secara tahunan. Sementara, secara q-t-q sektor ini tumbuh sebesar 8,79%, kedua tertinggi setelah industri furnitur.

Menurut Ernovian G. Ismy, Sekretaris Jenderal Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API), permintaan produk pakaian terus meningkat karena konsumen jaman sekarang sangat konsumtif dan *fashionable*. Melihat hal tersebut, maka dapat dikatakan sebuah peluang bagi *Ride or Dye* untuk masuk ke dalam industri *fashion* karena pertumbuhan dari industri *fashion* sendiri terus menaik setiap tahunnya.

3. Sosial

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer. Awalnya pakaian digunakan sebagai pelindung diri. Namun seiring dengan perkembangan, banyaknya berbagai jenis pakaian dan variasi yang digunakan untuk membuat pakaian yang nyaman, sehingga pakaian beralih fungsi yaitu untuk memberikan kenyamanan dan mempengaruhi gaya seseorang. Sejak tahun 2020, tren pakaian *tie dye* pun mulai naik kembali. Kesulitan untuk bersosialisasi dengan orang lain akibat kebijakan pemerintah membuat masyarakat ingin melakukan suatu hal yang baru. Pada dasarnya, semua orang cenderung memperhatikan penampilan mereka dengan membeli pakaian sesuai dengan tren *fashion* yang terjadi. Oleh karena itu, pakaian dapat mempengaruhi kehidupan sosial seseorang.

4. Teknologi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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 IBI RKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Teknologi diciptakan untuk mempermudah kehidupan pelaku bisnis dan memiliki peranan penting dalam kehidupan. Dengan teknologi, perusahaan dapat terhubung dengan konsumen dimana saja dan kapan saja. Dimasa pandemi seperti sekarang, dimana penjualan langsung tidak mungkin dilaksanakan, maka dengan adanya teknologi, semua penjualan berubah menjadi toko *online* tanpa mengurangi segala batasan. Oleh karena itu, *Ride or Dye* memanfaatkan perkembangan teknologi yang telah ada dengan melakukan penjualan di *e-commerce* Tokopedia, shopee dan media sosial seperti Instagram, lalu WhatsApp dan TikTok sebagai sarana promosi dan sarana komunikasi untuk menjalin hubungan baik dengan konsumen. Dengan memanfaatkan teknologi yang telah ada, maka *Ride or Dye* dapat menjangkau pasar lebih luas, mengurangi biaya dan lebih efektif dalam mempromosikan bisnis ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Lingkungan

Faktor lingkungan sangat berpengaruh dalam menentukan bisnis yang dijalankan. Pelaku bisnis harus menjalankan bisnisnya di lingkungan yang sesuai agar mendapat pasar yang tepat. Dalam industri pakaian, biasanya lingkungan usaha yang dipilih harus ramai, strategis. Oleh sebab itu, *Ride or Dye* memilih untuk mendirikan usahanya di daerah Tebet, Jakarta Selatan, yang merupakan kawasan ramai, dimana banyak anak muda yang suka nongkrong di daerah tersebut dan banyaknya distro serta tempat nongkrong. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tempat yang dipilih *Ride or Dye* merupakan kawasan lingkungan yang memiliki citra yang baik.

6. Legal

Indonesia adalah negara hukum dan segala sesuatu telah diatur dalam semua peraturan yang berlaku. Salah satunya peraturan tentang suatu perusahaan

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. 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.

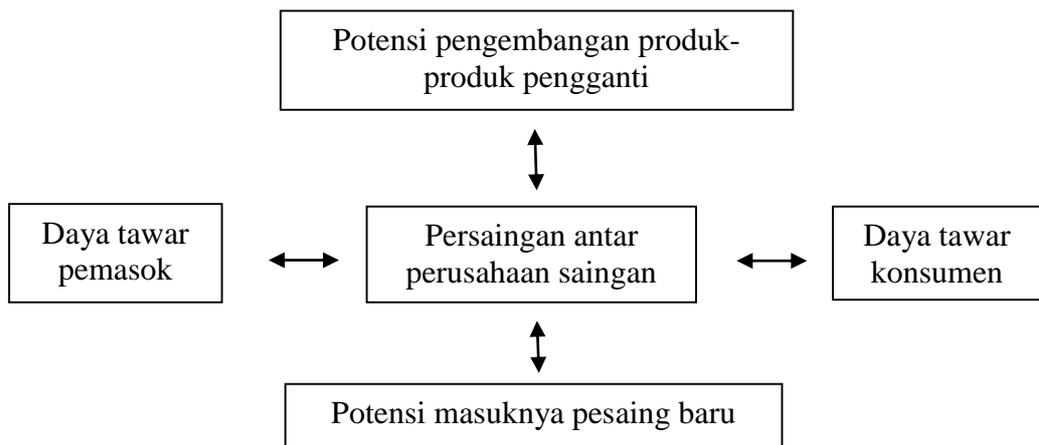
ialah, sebelum memulai usaha perusahaan harus memiliki izin usaha yang jelas. Tanpa adanya izin usaha atau legalitas, perusahaan akan susah mendapat pengakuan dari pemerintah. Dengan memiliki legalitas maka perusahaan akan mendapat jaminan dari badan yang berwenang jika terjadi sesuatu hal yang merugikan, baik dari segi bisnis maupun perundang-undangan. *Ride or Dye* bergerak dalam bidang pakaian, dan untuk mendapatkan legalitas, maka *Ride or Dye* harus memiliki perizinan yang ditetapkan oleh pemerintah pusat. Perizinan yang harus dimiliki yaitu Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Izin Usaha Dagang (IUD), Surat Izin Tempat Usaha (SITU).

D. Analisis Pesaing (Porter’s Five Forces Business Model)

Menurut David (2015:59), “Lima Kekuatan Porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri”. Berikut lima model kekuatan utama dalam persaingan industri:

Gambar 3.3

Porter’s Five Forces Model (Lima Model Kekuatan Porter)



1. Persaingan Antar Perusahaan Saingan



Persaingan adalah suatu proses sosial yang melibatkan individu atau kelompok yang saling berlomba dan membuat sesuatu untuk mencapai keberhasilan. Dalam sebuah persaingan, kita mengenal istilah “pesaing” yaitu perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita jual. Persaingan bukanlah sebuah hal yang baru dalam suatu usaha, hal ini dapat dilihat dalam perkembangan dimana kemajuan perusahaan selalu diikuti perusahaan lain yang mengarah untuk lebih baik. Persaingan antar perusahaan harus bersifat positif dan secara sehat agar tidak menimbulkan perpecahan atau bahkan peperangan yang banyak penciptakan banyak korban jiwa maupun harta.

Persaingan dalam industri *fashion* sangatlah tinggi, mengingat bisnis pakaian yang terus berkembang setiap tahunnya sehingga banyaknya usaha yang sejenis. Dalam menjalankan bisnisnya, *Ride or Dye* akan bersaing dengan Era Store dan Bloop. Tingkat persaingan ini cukup tinggi karena masing-masing toko pakaian ini memiliki keunggulan masing-masing. Era Store memiliki keunggulan seperti memakai model professional untuk foto produknya sehingga memiliki foto bagus, sedangkan Bloop sudah lumayan terkenal dikalangan masyarakat sekitar. *Ride or Dye* sendiri memiliki keunggulan yaitu dengan menggabungkan inovasi dengan menjual pakaian *unisex* dengan motif *tie dye* dengan harga yang relatif terjangkau. Dengan keunggulan inilah *Ride or Dye* akan menghadapi para pesaing di industri pakaian di daerah Tebet, Jakarta Selatan.

2. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Potensi masuknya pesaing baru dalam industri fashion sangatlah besar, mengingat peluang pada usaha ini sangat tinggi. Sehingga strategi yang dilakukan oleh penulis adalah melakukan inovasi dan harus lebih peka terhadap perubahan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



kondisi pasar yang ada disekitar, mengingat tren *fashion* selalu mengalami perubahan naik dan turun sesuai dengan kondisi politik, ekonomi, sosial, maupun sesuatu yang sedang viral diperbincangkan masyarakat.

Dalam bisnis apapun, pesaing usaha akan selalu ada. Banyak pesaing lain yang bermunculan dengan menawarkan kelebihan dan keunggulan produk mereka. Namun, tidak semua dari bisnis ini dapat diminati oleh masyarakat. Faktor pemasaran merupakan salah satu hal terpenting yang harus diperhatikan agar nama bisnis lebih dikenal dan diingat oleh masyarakat. Untuk menghadapi persaingan yang terjadi di industri ini, penulis mempersiapkan beberapa strategi pemasaran agar lebih dikenal dan dilirik oleh masyarakat, yaitu memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi, seperti menggunakan tiktok untuk membuat ide konten bisnis, lalu *endorse* beberapa influencer, dan memberikan promo menarik di *e-commerce*.

3. Potensi Pengembangan Produk Pengganti

Ancaman dari produk pengganti yang terjadi apabila konsumen mendapatkan produk pengganti yang lebih murah atau produk pengganti yang memiliki kualitas lebih baik. Produk-produk pakaian yang dijual di *Ride or Dye* adalah produk lokal yang diproduksi sendiri atau *handmade*, sedangkan ancaman produk pesaing adalah produk kain rayon yang sudah jadi dan desain yang sudah ada. Namun biasanya, produk yang menggunakan kain rayon sudah jadii dijual dengan harga lebih murah dan kualitasnya turun, serta bahan yang tipis, maka dari itu *Ride or Dye* menjadi brand lokal dengan tujuan untuk melestarikan produk lokal dengan harga yang lebih terjangkau dan bahan *premium*.

4. Daya Tawar Pemasok

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



Pemasok adalah individu atau suatu kelompok yang menyalurkan bahan

baku yang dibutuhkan perusahaan dalam memproduksi barang ataupun jasa.

Pemasok menyediakan produk-produk berkualitas tinggi dengan harga yang baik lalu dijual kembali kepada distributor. Dalam industri pakaian, banyaknya pemasok yang sudah ada, *Ride or Dye* bekerja sama dengan pemasok pewarna pakaian, pemasok bahan pakaian dan pemasok *packaging*. Oleh karena itu penulis harus menjaga hubungan baik dengan para pemasok demi mendapatkan kualitas bahan yang terbaik dan harga yang stabil.

5. Daya Tawar Konsumen

Kekuatan daya tawar menawar konsumen tergolong tinggi karena *Ride or Dye* memiliki beberapa pesaing yang menjual produk sama walaupun kualitas dibawah standar perusahaan kami. Tetapi pada jaman sekarang sudah banyak konsumen yang pintar memilih kualitas yang baik, sehingga *Ride or Dye* memiliki kelebihan tersendiri yakni memakai bahan yang berkualitas baik dan tidak murahan. Selain itu *Ride or Dye* juga memberikan penawaran khusus seperti memberikan potongan harga, atau bila ada produk cacat akan diganti dengan yang baru.

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

Analisis Competitive Profile Matrix (CPM) merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisis suatu pesaing utama perusahaan dan mengetahui kelebihan dan kekurangan pesaing kita. Dalam hal ini, CPM berfungsi untuk mengetahui faktor eksternal dan internal dari kesuksesannya suatu perusahaan. Dalam analisis CPM, nilai dari total bobot dari perusahaan pesaing dapat dibandingkan pada perusahaan kita. Berikut tabel analisis CPM *Ride or Dye*:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix Ride or Dye

Competitive Profile Matrix							
Critical Success Factor	Weight	Ride or Dye		Era Store		Bloop	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga	0,08	3	0,24	3	0,24	3	0,24
Bahan	0,16	4	0,64	2	0,32	4	0,64
Testimoni	0,06	2	0,12	4	0,24	4	0,24
Desain	0,34	4	1,36	4	1,36	3	1,02
Kualitas	0,3	3	0,9	2	0,6	3	0,9
Ukuran	0,02	3	0,06	3	0,06	3	0,06
Penjualan Online	0,04	3	0,12	4	0,16	2	0,08
Total	1		3,44		2,98		3,18

Sumber: Ride or Dye, 2021

Dalam tabel *Competitive Profile Matrix* diatas, terdapat beberapa faktor penentu keberhasilan. Faktor penentu keberhasilan tersebut antara lain harga, baha, testimonial, desain, kualitas, ukuran, dan penjualan secara online. Berikut penjelasan lebih lanjut dari tabel 3.2 mengenai posisi *Ride or Dye* dan kompetitornya:

1. Harga

Harga merupakan salah satu faktor yang penting bagi calon pembeli dalam mempertimbangkan produk yang ingin mereka beli. Harga yang sesuai dengan value dari produk membuat pelanggan yakin akan membeli produk tersebut. Jika harga tidak sesuai dengan kemampuan pelanggan dan tidak bersaing maka produk akan sulit laku dijual dan bersaing di pasar. Dalam hal ini, *Ride or Dye* memiliki rating 3 karena memiliki harga yang standar, tidak terlalu murah tetapi juga tidak terlalu mahal, sehingga dapat dikatakan bahwa *Ride or Dye* dapat bersaing dengan kompetitor.

© Hak cipta Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 1. Dilarang menyalin atau menjiplak isi dari dokumen ini tanpa izin IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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



2. Bahan

Bahan yang nyaman untuk baju menjadi hal penting bagi yang tinggal di iklim tropis seperti di Indonesia. Kenyamanan merupakan hal utama dalam berpakaian. Dapat beraktivitas dengan lancar tanpa memproduksi keringat berlebih pun menjadi hal yang didambakan setiap orang. Bahan baju yang tidak sesuai juga bisa membuat penampilan menjadi tak sempurna, seperti gatal saat dipakai, tubuh menjadi terlihat gemuk, nerawang dan sebagainya. Untuk itu, *Ride or Dye* memilih bahan yang cocok, adem dan nyaman untuk dipakai di iklim tropis ini sehingga mendapat nilai rating 4, sama dengan kompetitornya Bloop, sedangkan Era Store mendapat nilai rating 2 karena bahannya yang tipis.

3. Testimoni

Testimoni merupakan sebuah kepercayaan dari pelanggan terhadap suatu produk. Testimoni dianggap cukup penting untuk menjadi daya tarik pelanggan baru karena melihat banyaknya kesaksian yang puas terhadap produk yang dijual. Testimoni juga dapat digunakan sebagai bahan iklan untuk menarik perhatian calon pelanggan baru dan bentuk apresiasi kepada pelanggan. Untuk itu, *Ride or Dye* mendapat nilai rating 2 karena belum memiliki testimoni, sedangkan kompetitornya Bloop dan Era Store mendapat nilai rating 4 karena sudah memiliki testimoni di media sosial masing-masing.

4. Desain

Desain pada motif pakaian tie dye selalu memberikan kesan menarik, santai dan keren. Selain itu, motif tie dye juga tidak akan memberikan motif yang sama dengan yang lain walaupun dengan warna yang sama, sehingga memberikan efek yang unik. Corak yang cerah dan beragam membuat sebagian besar orang menyukai hal ini. Semakin desainnya unik, maka semakin menarik perhatian orang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



5. Kualitas

Ⓒ Kualitas dari suatu produk merupakan hal yang penting karena apabila produk yang dijual menggunakan kualitas baik dan sesuai harga, maka akan menarik konsumen dan kembali membeli produk di tempat kita. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk, oleh sebab itu hal ini sangat berhubungan dengan nilai dan kepuasan pelanggan. *Ride or Dye* memiliki kualitas produk yang sama dengan kompetitornya yaitu Bloop dengan nilai rating 4. Sedangkan Era Store mendapat rating 3 karena kualitasnya produknya tidak setara dengan *Ride or Dye* dan Bloop.

6. Ukuran Produk

Adanya ukuran pada suatu produk menunjukkan seberapa banyak produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Jika banyak ukuran produk yang ditawarkan, maka salah satu produk pasti sesuai dengan tinggi dan badan konsumen. Dengan memiliki ukuran produk, perusahaan akan lebih banyak menarik konsumen sehingga peluang penjualan akan lebih besar. Pada hal ini, *Ride or Dye* mendapat rating 4 karena memiliki ukuran produk yang lengkap yaitu dari ukuran S (*Small*) sampai ukuran XL (*Xtra Large*). Sedangkan kompetitor lainnya Bloop, mendapat rating 4 juga karena menjual ukuran yang lengkap seperti *Ride or Dye*. Lalu Era Store mendapat rating 2 karena memiliki 1 ukuran saja.

7. Penjualan secara Online

Saat ini banyak perusahaan yang memanfaatkan *e-commerce* atau media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk berjualan online karena dapat memberikan berbagai benefit. Bahkan menurut Mckinsey, nilai pasar *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2022 diprediksikan akan mencapai Rp. 910 T. Dengan penjualan online, perusahaan dapat menggaet lebih banyak konsumen dari luar

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



daerah. Konsumen juga lebih mudah untuk menemukan penjual dan produk yang mereka inginkan dengan internet tanpa terbatas dari wilayah tinggal mereka. *Ride or Dye* aktif menjual produk secara online di ecommerce seperti shopee, tokopedia, dan instagram, sehingga mendapat rating 3.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (*SWOT Analysis*)

Menurut David (2015:171), *SWOT Matrix* adalah sebuah alat pencocokan yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi *SO – Strength and Opportunity*, *WO – Weakness and Opportunity*, *ST – Strength and Threat*, *WT – Weakness and Threat*.

Berikut adalah analisis *SWOT / Matrix SWOT Ride or Dye*:

1. *Strengths* (Kekuatan)
 - a) Desain yang unik dan menarik
 - b) Kualitas bahan pakaian yang unggul
 - c) Lokasi toko strategis
 - d) Melayani penjualan secara online
 - e) Produksi secara handmade (kuota limited)
2. *Weakness* (Kelemahan)
 - a) Brand baru yang muncul di pasar
 - b) Warna *tie dye* akan luntur jika dicuci setiap hari
3. *Opportunities* (Peluang)
 - a) Mencoba teknik *tie dye* yang berbeda untuk pola yang berbeda
 - b) Bereksperimen menggunakan banyak warna
 - c) Daya beli masyarakat terhadap pakaian meningkat setiap tahunnya
4. *Threats* (Ancaman)

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



- a) Adanya pesaing yang menjual produk serupa lebih murah
- b) Konsep usaha yang mudah ditiru
- c) Harga bahan baku cenderung naik



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.

Tabel 3.3

Matriks SWOT *Ride Or Dye*

Internal	Strength (S)	Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain yang unik dan menarik 2. Kualitas bahan pakaian yang unggul 3. Lokasi toko strategis 4. Melayani penjualan secara <i>online</i> 5. Produksi secara handmade (kuota limited) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brand baru yang muncul di pasar 2. Warna tie dye akan luntur jika dicuci setiap hari
Eksternal	Opportunities (O)	Strategi WO
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencoba teknik tie dye yang berbeda dengan pola yang baru 2. Bereksperimen menggunakan banyak warna 3. Daya beli masyarakat terhadap pakaian meningkat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memakai pewarna yang tepat untuk bahan yang tepat, jika tidak akan gagal (W2, O1, O2) 2. Memberikan informasi tentang seputar tie dye (W1, W2, O1, O2, O3) 3. Membuat agenda launching agar produksi lebih terjadwal (W3)
Threats (T)	Strategi SO	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing yang menjual produk serupa lebih murah 2. Konsep usaha yang mudah ditiru 3. Harga bahan baku cenderung naik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kreatifitas dan inovasi pada produk (S1, O1, O2) 2. Mempertahankan kualitas pakaian dan memberikan harga terjangkau (S2, O2, O3) 3. Membuat katalog foto produk di social media yang menarik (S4, O3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan <i>influencer</i> untuk menaikkan <i>brand awareness</i> (W1, T1, T2) 2. Memberikan kartu petunjuk perawatan (W2)
	Strategi ST	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konsep yang baru dan belum ada sebelumnya (S1, S2, T1, T2) 2. Melakukan kerja sama dengan pemasok (S2, T3) 3. Mengoptimalkan jumlah produksi (S5, T3) 	