KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

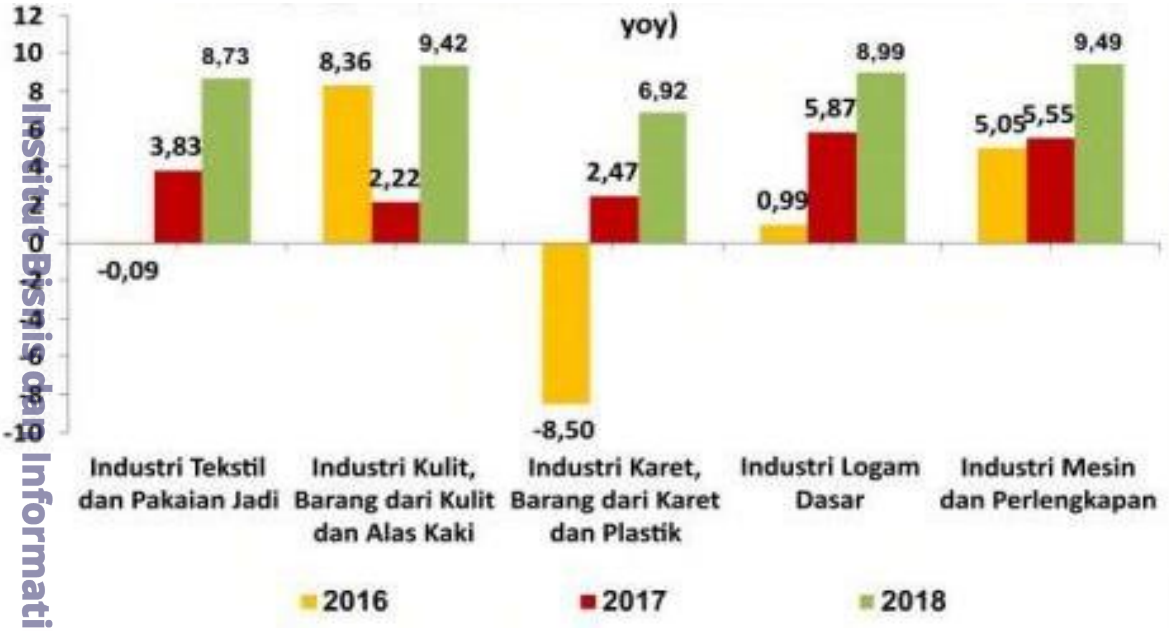
BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Tren di industri tekstil terus berjalan dari waktu ke waktu secara dinamis. Bantal merupakan salah satu bagian dari industri tekstil dan menjadi salah satu kebutuhan tidur yang banyak diminati karena mengemban pada fungsinya yang merupakan salah satu kebutuhan tidur utama. Data dalam Analisis Perkembangan Industri Indonesia edisi I tahun 2018 mencatat, pada tahun 2016 industri tekstil mengalami sebuah kontraksi pertumbuhan sebesar 0,09%, dan pada tahun 2017 industri ini mencatatkan pertumbuhan sebesar 3,83%, maka pada tahun 2018 industri tekstil mencapai pertumbuhan sebesar 8,73%. (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2019a).

Gambar 3.1
Industri yang Mengalami Kenaikan Pertumbuhan



Sumber: (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2019a)

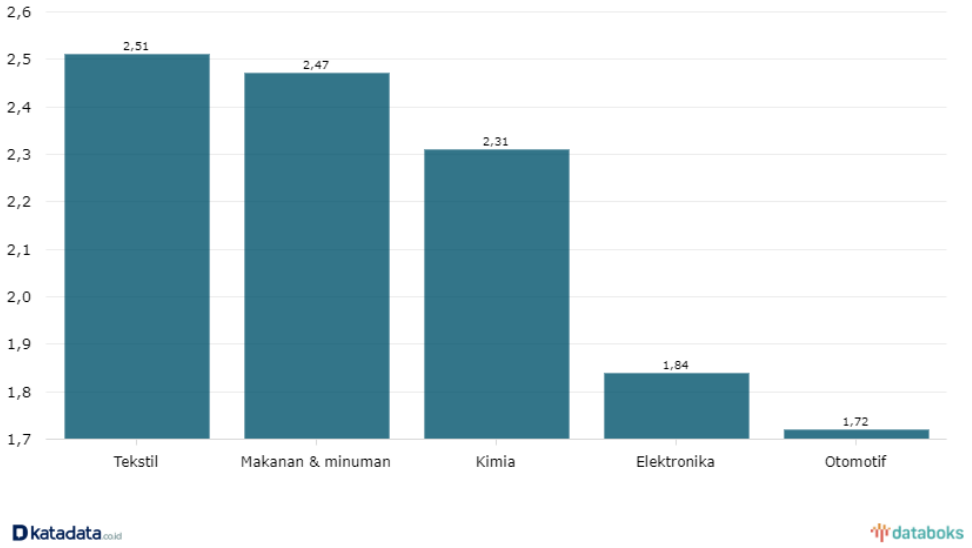
Data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia menunjukan industri tekstil menjadi salah satu yang menopang pertumbuhan industri pengolahan non migas pada kuartal dua tahun 2019 dengan persentase sebanyak 20,71% (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2019). Dalam siaran pers Agustus 2019 lalu, Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto turut mengatakan bahwa industri ini semakin kompetitif di kancah global karena telah memiliki daya saing tinggi, hal ini lantaran struktur industrinya sudah terintegrasi dari hulu sampai hilir dan produknya juga dikenal memiliki kualitas yang baik di pasar internasional. Beliau juga mengungkapkan bahwa berdasarkan peta jalan Making Indonesia 4.0, industri tekstil dan produk tekstil merupakan satu dari lima sektor manufaktur yang sedang diprioritaskan pengembangannya sebagai sektor pionir dalam penerapan industri 4.0. Kinerja ekspor industri tekstil dan produk tekstil nasional dalam kurun tiga tahun terakhir terus menanjak, pada tahun 2016 berada di angka USD11,87 miliar kemudian di tahun 2017 menyentuh USD12,59 miliar dengan surplus USD 5 miliar. Tren ini berlanjut sampai dengan 2018 dengan nilai ekspor USD13,27 miliar (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2019)

Kementerian Perindustrian (Kemenperin) telah merilis *Indonesia Industry 4.0 Readiness Index* (INDI 4.0). Indeks ini untuk mengukur kesiapan Indonesia menerapkan industri 4.0. **(Gambar 3.2)**. Indeks tersebut terdiri dari level 0 (belum siap), level 1 (kesiapan awal), level 2 (kesiapan sedang), level 3 (kesiapan matang), dan level 4 (sudah menerapkan). Rata-rata indeks kesiapan industri manufaktur Indonesia ada di level 2,14 atau dinilai cukup siap menerapkan industri 4.0.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 3.2
Indonesia Industry 4.0 Readiness Index (INDI 4.0)



Sumber : Kementrian Perindustrian (Kemenperin), 2019

Lima sektor prioritas pun sudah mendekati level 2 dan level 3. Sektor yang paling siap adalah industri tekstil di level 2,51; makanan dan minuman 2,47; kimia 2,31; elektronika 1,84; dan otomotif 1,72. INDI 4.0 menilai kesiapan industri berdasarkan lima pilar, yaitu manajemen dan organisasi, orang dan budaya, produk dan layanan, teknologi, serta operasi pabrik. Indeks ini merupakan salah satu upaya strategis Kemenperin untuk mempercepat penerapan industri 4.0 di Indonesia.

Peta jalan Making Indonesia 4.0 yang dirancang oleh Kementerian Perindustrian Republik Indonesia , mencatat bahwa industri ini mengkontribusikan 7% dari PDB manufaktur, 15% dari ekspor manufaktur, dan 20% dari tenaga kerja manufaktur (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2018). Secara historis, industri ini merupakan kontributor ekspor manufaktur terbesar kedua di Indonesia yang merupakan satu dari lima sektor manufaktur yang sedang diprioritaskan pengembangannya sebagai sektor pionir dalam penerapan industri 4.0. Aspirasi besar

yang akan diwujudkan Indonesia adalah menjadikan industri tekstil bantal masuk jajaran lima besar perusahaan kelas dunia pada tahun 2030.

B. Analisis Pesaing

Analisis pesaing merupakan kegiatan identifikasi pesaing utama, dengan melakukan penilaian tujuan, strategi, kekuatan, kelemahan, dan pola reaksi serta memilih mana pesaing yang akan menyerah. Sedangkan pesaing adalah usaha menjual atau menawarkan produk maupun jasa sejenis kepada masyarakat atau konsumen dengan harga yang relatif bersaing. Keberadaan pesaing bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari dan persaingan dalam dunia bisnis muncul karena adanya pasar yang potensial. Oleh karena itu, para pelaku bisnis akan saling berlomba untuk mempertahankan pangsa pasar yang ada serta menjaga loyalitas konsumen. Datangnya pesaing tidak selalu berdampak buruk, pesaing bisnis juga dapat membawa dampak positif yaitu dapat menjadi sebuah patokan perkembangan bisnis yang sudah berjalan. Selain itu peran pesaing yang juga membawa dampak positif lain yaitu menumbuhkan motivasi bagi pihak internal untuk terus bertumbuh menjadi yang terbaik atau bahkan menjadi lebih unggul dibanding dengan usaha bisnis sejenis dan dapat memenangkan persaingan dari kompetitor atau pesaing yang ada. Analisis pesaing membuat suatu bisnis akan memperoleh berbagai aspek yang sekiranya memiliki potensi untuk dijadikan kekuatan serta mengetahui kelemahan apa saja dari berbagai pesaing. Analisis pesaing juga akan membantu suatu perusahaan menetapkan strategi yang profesional untuk menghadapi persaingan bisnis dan mempertahankan bisnisnya serta pada akhimya dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan bersaing

Analisis pesaing juga dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk mendapatkan gambaran mengenai kekuatan dan kelemahan dari pesaing atau kompetitor mereka. Hal ini penting untuk dilakukan agar pemilik usaha dapat menyusun strategi serta

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

langkah-langkah yang harus diambil untuk menjadi lebih baik. Berikut merupakan analisis pesaing dari *Pillow Project* :

1. Nama Perusahaan : Crea_arts

   Lokasi : Bandung, Jawa Barat

   Waktu Penyelesaian : 10 hari kerja

   Harga : Mulai dari Rp.120.000 ,-

   Distribusi : Menggunakan *platform online shopping* yaitu *Shopee*

   Keunggulan : Pelayanan cepat dan ramah, menggunakan bahan berkualitas tinggi, menyediakan beberapa desain siap order yang atraktif, serta hasil print desain nya tahan lama dan tidak mudah luntur

   Kelemahan : Memiliki tingkat harga yang cukup tinggi, waktu penyelesaian produksi yang relatif lama, serta tidak menyediakan varian ukuran bantal

   Promosi : Mengikuti event dalam beberapa tahun terakhir, menggunakan iklan Instagram dan Facebook, mengadakan promo *buy 1 get 1*

   Platform Pemasaran : Instagram, Facebook (Sudah tidak aktif)

2. Nama Perusahaan : Talky Pillow

   Waktu Penyelesaian : 5 hari kerja

   Harga : Mulai dari Rp.100.000 ,-

   Distribusi : Melalui *offline Store* Surabaya, bazar, CFD (*Car*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

Free Day), dan menggunakan *platform online shopping* yaitu *Tokopedia*

Keunggulan : Pelayanan cepat dan ramah, menyediakan beberapa desain siap order yang variatif, serta beberapa kali masuk dalam pemberitaan nasional seperti Jawapos.com dan Maxmanroe.com

Kelemahan : Tidak menerima jenis *customize* foto atau hanya tulisan, *based color* atau warna dasar yang digunakan hanya warna hitam dan putih

Promosi : Melakukan kolaborasi dengan beberapa *influencer*, aktif mengikuti *event* dalam 4 tahun terakhir, selalu membagikan cerita motivasi dan sejarah dibalik produk yang diciptakan dengan terbuka mulai dari proses produksi, hingga makna setiap koleksi yang diciptakan

Platform Pemasaran : Instagram dan Website

Selain dari analisis 2 pesaing diatas, berikut merupakan analisis *Pillow Project* sebagai pelaku bisnis utama :

1. Nama Perusahaan : Pillow Project

   Lokasi : Bogor, Jawa Barat

   Waktu Penyelesaian : 5 hari kerja

   Harga : Mulai dari Rp.89.000 ,-

   Distribusi : Menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook serta menggunakan *platform online shopping* yaitu *Shopee, Tokopedia*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Keunggulan : Pelayanan ramah, menggunakan bahan berkualitas tinggi *hypoallergenic* atau anti alergi, menyediakan desain siap order yang atraktif, siap melakukan pengiriman seluruh Indonesia

Kelemahan : Memiliki SDM yang cukup terbatas. menerapkan sistem *home* produksi sehingga masih memiliki kuota yang cukup standar

Promosi : Melakukan kolaborasi dengan *influencer* , aktif dalam memasarkan iklan di sosial media serta memberikan *cashback* atau potongan harga dalam kala tertentu

Platform Pemasaran : Instagram, Facebook, Shopee, Tokopedia

Tabel 3.1
Analisis Pesaing

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Crea_arts	1. Pelayanan cepat dan ramah 2. Hasil print desainnya tahan lama dan tidak mudah luntur 3. Memiliki konsep desain yang atraktif 4. Aktif mengikuti event beberapa tahun terakhir 5. Menggunakan e-commerce dalam penjualannya	1. Memiliki harga yang cukup tinggi 2. Tidak menyediakan varian ukuran bantal

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Talky Pillow	1. Pelayanan cepat dan ramah 2. Aktif dalam mengikuti *event* 4 tahun terakhir 3. Memiliki desain yang variatif 4. Selalu membagikan cerita motivasi dan sejarah dibalik produk yang diciptakan dengan terbuka mulai dari proses pembuatan hingga makna produk di setiap koleksi yang dikeluarkan 5. Beberapa kali masuk dalam pemberitaan nasional seperti Jawapos.com dan Maxmanroe.com 6. Menggunakan e-commerce dalam penjualannya 7. Menggunakan packaging yang *simple* dan *elegant*	1. Tidak menerima custom foto 2. Pilihan warna dasar sarung bantal hanya tersedia warna hitam dan putih

Sumber: *Pillow Project* 2021

C. Analisis PESTEL (Political, Economy, Social, Technology, Environment dan Legal)

Analisis PESTEL digunakan untuk mengetahui lebih dalam apa saja faktor eksternal yang mempengaruhi suatu bisnis agar dapat lebih unggul dalam persaingan daripada *competitor* atau pebisnis lainnya serta menjadikan perusahaan menjadi pemimpin pasar. Berikut merupakan kekuatan eksternal PESTEL yang dibagi menjadi 6 kategori antara lain:

1. *Politic* (Politik)

Faktor politik mencakup masalah hukum dan peraturan yang mengendalikan industri dan bisnis perorangan. Kondisi politik dalam suatu negara dapat mempengaruhi bisnis yang berjalan di negara tersebut. Seorang pebisnis harus handal dalam membaca situasi politik yang sedang terjadi di tempat usahanya. Hal

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

ini diperlukan agar suatu bisnis bisa memilih strategi yang tepat untuk diterapkan dalam usahanya supaya bisnisnya dapat terus berjalan dengan lancar. Peristiwa politik dan sosial yang terjadi di Indonesia dapat memberikan dampak spesifik kepada seluruh pelaku bisnis. Misalnya seperti kasus wabah COVID-19. Hal ini mengakibatkan beberapa perusahaan yang sudah merencanakan "*contingency plan"* atau sebuah proses dalam menyiapkan perusahaan dalam merespon beberapa peristiwa yang tidak bisa diprediksi. Dan bilamana COVID-19 tidak kunjung reda, maka karyawan perusahan terancam tidak mendapatkan gaji. Dan apabila kehidupan politik di Indonesia menjadi tidak stabil, maka hal ini dapat mempengaruhi secara langsung dalam segala aspek seperti ekonomi yang menjadi melemah sehingga berdampak pada penurunan daya beli masyarakat.

2. *Economy* (Ekonomi)

Faktor ekonomi merupakan hal yang sangat penting bagi seorang pengusaha. Pertumbuhan ekonomi di pasar akan mempengaruhi ekonomi bisnis baik ekonomi pasar, komando, maupun campuran. Ketika pasar bertumbuh, kekayaan konsumen dan bisnis akan mengalami peningkatan. hal ini terjadi karena ketika pertumbuhan ekonomi yang berdampak positif pada pertumbuhan pasar yang akan diikuti oleh peningkatan penghasilan juga kekayaan konsumen dan bisnis semakin meluas akibat terjadinya kenaikan pendapatan. Namun, jika terjadi sebaliknya maka setiap pengusaha harus berhati-hati dan mengantisipasi terhadap penurunan daya beli masyarakat serta dampak buruk lainnya. Jika pertumbuhan ekonomi Indonesia stabil, maka inflasi tidak akan terlampau tinggi, sehingga pendapatan masyarakat yang semakin meningkat pun akan membuat daya beli masyarakat juga semakin tinggi. Hal tersebut akan menjadi peluang terutama pada bisnis *Pillow Project* untuk mendapatkan banyak pelanggan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Social (Sosial)

Tidak mudah memperkenalkan suatu produk yang memiliki nilai tambah jika masyarakat sendiri tidak peduli dan tidak peka dengan dampak-dampak yang ada dalam penggunaan suatu produk. Berbagai pebisnis datang dengan ide mereka yang berbeda namun tidak selalu siap diterima oleh masyarakat. Ada banyak faktor lain yang terkait dengan masyarakat yang penting seperti pendidikan, kesadaran, penelitian, dan kesiapan untuk menerima perubahan dan menjadi bagian yang sama. Aspek utama dari faktor sosial merupakan gaya hidup dan tren di kalangan rnasyarakat. Dengan semakin sibuknya kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat membuat mereka membutuhkan segala sesuatu yang cepat, praktis dan menarik untuk kebutuhan hadiah, souvenir atau kebutuhan pribadi yang unik termasuk jasa pembuatan bantal custom *Pillow Project* . Tren yang berubah adalah bahwa kini bantal tidak lagi hanya digunakan untuk kebutuhan tidur melainkan dapat juga digunakan sebagai media ucapan dalam berbagai perayaan hari spesial. Hal ini akan mempengaruhi permintaan konsumen terhadap bisnis *Pillow Project.*

4. *Technology* (Teknologi)

Teknologi terus berkembang dari tahun ke tahun berikutnya . Peran teknologi menjadi faktor penting dalam membangun sebuah bisnis. Hal ini mengharuskan banyak perusahaan untuk terus meningkatkan atau melakukan *upgrade* teknologi yang telah digunakan apabila perusahaan tersebut tidak mau kalah bersaing dari para pesaingnya yang telah menggunakan teknologi canggih dan modern. Selain itu juga perusahaan biasanya menggunakannya untuk mendapatkan lebih banyak pekerjaan dalam periode waktu yang lebih singkat. Perangkat, strategi, dan teknik baru dapat membantu bisnis tetap berada di depan persaingan dan menghindari keusangan. Teknologi *hypoallergenic* merupakan teknologi khusus yang digunakan oleh Pillow

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Project untuk menghasilkan bantal nyaman anti alergi. Sedangkan dalam melakukan *print* hasil *custom* desain yang telah ditentukan pelanggan, *Pillow Project* menggunakan mesin *Direct To Textile ATLAS DTT 1700*. Salah satu keunggulan mesin ini adalah karena menggunakan dua buah rol kontrol dengan tegangan permanen yang berukuran besar sehingga dapat mengaplikasikan berbagai jenis media cetak *textile*. Mesin ini juga menggunakan *printhead industry micro* piezo yang membuat proses produksi menjadi cepat dan menghasilkan produk berkualitas.

5. *Environmental* (Lingkungan)

Hal yang perlu diperhatikan oleh industri tekstil terkait lingkungannya adalah dalam hal pembuangan limbah hasil industri ini. Industri tekstil secara keseluruhan adalah industri yang paling berpolusi kedua setelah industri minyak dan minyak bumi. Sebagian besar pelaku bisnis kurang memperhatikan hal tersebut. *Pillow Project* merupakan salah satu pelaku usaha bantal *custom* yang ikut serta dalam penggunaan bahan baku *eco friendly* karena menggunakan mesin yang tidak lagi membutuhkan *kertas transpaper* dan alat pemanas atau *heat press*.

6. *Legal* (Hukum)

Aturan-aturan, kewajiban, serta regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah tidak dapat luput dalam mendirikan dan menjalankan sebuah usaha. Salah satu hal yang harus diperhatikan adalah mengenai izin usaha. Untuk mendapatkan izin usaha, ada berbagai prosedur yang harus diikuti dan membutuhkan waktu yang tidak cepat. Oleh karena itu, pelaku usaha harus mempersiapkan berbagai hal yang dibutuhkan dengan baik agar proses perizinan berjalan dengan lancar. Sebuah usaha juga perlu memperhatikan kebijakan serta hukum ketenagakerjaan, yaitu mengenai sistem penggajian karyawan. Beberapa pelaku usaha sulit menerapkan hukum ketenagakerjaan karena adanya berbagai keterbatasan perusahaan dalam hal

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBIKKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

finansial. Selain itu, sebuah usaha juga perlu memperhatikan mengenai pembayaran dan pelaporan pajak yang harus tepat waktu setiap tahunnya. Hal ini penting diperhatikan oleh pelaku usaha, untuk menghindari sanksi-sanksi yang diberikan oleh pemerintah, yang pada akhirnya akan menghambat perkembangan sebuah perusahaan.

D. Analisis Pesaing: Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter's Five Forces Business Model)

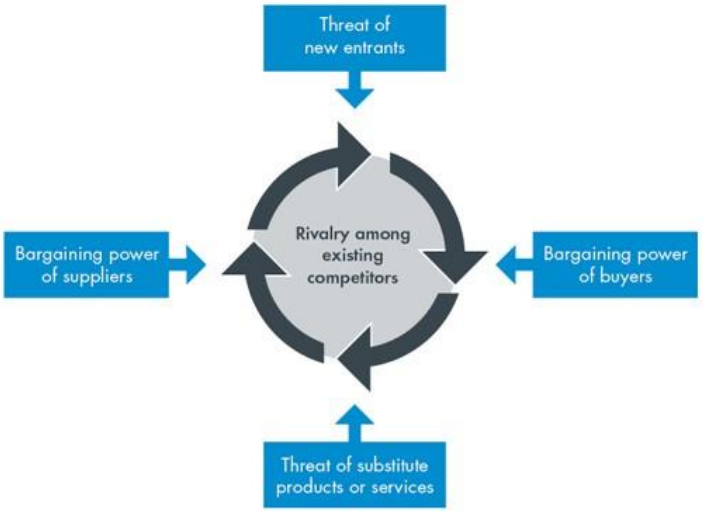
Peramalan sebuah industri bertujuan untuk memperkirakan jumlah permintaan di masa yang akan datang, hal tersebut dilakukan bertujuan mengantisipasi perubahan permintaan di masa depan. Dengan ramalan yang diperkirakan dengan matang dan data-data yang lengkap serta akurat maka hasil ramalan yang mendekati ketepatan dengan kondisi masa depan akan membuat pengusaha menguasai pasar dengan lebih mudah dan percaya diri untuk melihat kedepan. Menurut David (2015:149) *Porter's Five Forces Model* adalah model analisis kompetitif yang sering digunakan dalam mengembangkan strategi dari banyak industri. Dalam melakukan analisis seorang pelaku bisnis harus mengidentifikasi lima kekuatan yang menentukan daya tarik jangka panjang sebuah pasar atau segmen pasar, yaitu persaingan sejenis di dalam industri, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan dari produk substitusi, daya tawar pemasok serta daya tawar pembelinya. Porter juga berpendapat bahwa model ini berfungsi untuk menganalisis potensi suatu pasar dalam 5 kekuatan kompetitif. Berikut merupakan gambar dari lima kekuatan persaingan yang sangat berpengaruh terhadap industri dan pengembangan strategi dalam bisnis menurut Michael Porter :

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

Gambar 3.3

Porter's Five Forces Model



Sumber : : Fred R. David dan Forest R. David (2017 : 229), *Strategic Managament*

Berikut adalah analisis *Porter's Five-Forces Model* menurut *Pillow Project* :

1. *Threat of new entrants* (Ancaman Pendatang Baru)

Sebuah peluang bagi perusahaan untuk memasuki suatu pasar atau sektor tertentu seiring berjalannya waktu akan semakin luas dan terbuka. Hal ini akan mengancam perkembangan perusahaan yang sudah ada sebelumnya dan ketika pendatang baru tersebut memberikan suatu penawaran produk secara otomotis persaingan pangsa pasar yang ada akan semakin ketat. Semakin sulit dicontoh suatu produk atau jasa yang ditawarkan, maka akan semakin rendah ancaman dari pendatang baru. Dalam bisnis industri bantal *Pillow Project* sering kali terjadi kesamaan dalam desain dan konsep usaha yang didirikan. Hal ini merupakan ancaman signifikan bagi kelangsungan bisnis dan perkembangan *Pillow Project* kedepannya. Sebagai pelaku bisnis, *Pillow Project* harus menyiapkan strategi untuk mengantisipasi ancaman ini dengan terus meningkatkan kualitas yang dihasilkan, menciptakan desain yang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

original dan kreatif, berteguh pada visi dan misi yang telah ditetapkan, serta terus mengembangkan pelayanan terbaik dan berkualitas bagi konsumen.

2. ***Bargaining power of suppliers*** **(Daya Tawar Pemasok)**

Semakin banyak pemasok yang menjual produk atau jasa yang sama, semakin besar pula kesempatan untuk menawar. Dan sebaliknya, bila pemasok yang menjual produk atau jasa yang sama hanya sedikit maka lebih kecil kesempatan untuk melakukan tawar-menawar. Dalam proses pengoperasiannya pemasok yang digunakan *Pillow Project* adalah Kumo Polyester Fiberfill (Kumo.Official) yang merupakan salah satu pemasok bahan isian bantal terpercaya di sebuah e-commerce dan Anggada Jaya Tekxtile yang menjual berbagai kebutuhan bahan tekstil di daerah Cibinong-Bogor . Dapat disimpulkan daya tawar pemasok Pillow Project termasuk tinggi atau *high.*

3. ***Bargaining power of buyers*** **(Daya Tawar Pembeli)**

Kekuatan ini menilai daya tawar atau kekuatan penawaran dari pembeli/konsumen, semakin tinggi daya tawar pembeli dalam menuntut harga yang lebih rendah ataupun kualitas produk yang lebih tinggi, semakin rendah profit atau laba yang akan didapatkan oleh perusahaan produsen. Kompetitor pada konsep bantal custom *Pillow Project* tergolong minim di Indonesia. Sehingga daya tawar yang dihasilkan dapat di kategorikan rendah.

4. ***Threat of substitutes*** **(Hambatan bagi Produk Pengganti)**

Produk *substitusi* atau pengganti merupakan produk yang secara fungsional memiliki manfaat yang serupa dengan produk utama. Ancaman dari produk kompetitor sebagai pengganti dari produk yang ditawarkan suatu perusahaan akan terjadi apabila pembeli/konsumen mendapatkan produk pengganti yang lebih murah atau produk pengganti yang memiliki kualitas lebih baik dengan biaya pengalihan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

yang rendah. Semakin sedikit produk pengganti yang tersedia di pasaran akan semakin menguntungkan suatu perusahaan. Kompetitor di Indonesia yang berfokus pada konsep *customizable* terutama pada produk bantal masih sedikit sehingga ancaman ini dapat dikategorikan rendah.

5. Rivalry among existing Industry competitors (Tingkat Persaingan dengan Industri Kompetitor)

Tekanan yang paling besar dari kelima kekuatan di kebanyakan industri adalah persaingan yang ada di antara perusahaan yang bersaing dalam sebuah pasar tertentu. Perusahaan-perusahaan di dalam sebuah pasar yang bersaing untuk posisi tertentu dalam usaha mendapatkan keunggulan bersaing. Ketika suatu perusahaan menciptakan suatu inovasi atau mengembangkan suatu strategi yang unik dan mengubah pasar, perusahaan pesaingnya harus beradaptasi serta menghadapi resiko terlempar keluar dari bisnisnya. Tekanan ini membuat pasar sebagai tempat yang sangat dinamis dan kompetitif.

Perusahaan akan semakin diuntungkan apabila posisi perusahaan kuat dan tingkat persaingan pada pasar yang sama rendah. Persaingan semakin ketat akan terjadi apabila banyak pesaing yang merebut pangsa pasar yang sama, loyalitas pelanggan yang rendah, produk dapat dengan cepat tegantikan. Hingga saat ini, jumlah kompetitor yang berfokus pada bantal *custom* di Indonesia masih tergolong rendah yang mengakibatkan ancaman ini dikategorikan rendah.

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

Competitive Profile Matrix merupakan matriks yang mengidentifikasi pesaing utama perusahaan beserta kekuatan dan kelemahan dalam kaitan khususnya dengan posisi strategis perusahaan sampel (Fred R David, 2017:236). CPM juga merupakan salah satu metode dalam manajemen strategi yang dapat membantu perusahaan dalam

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

merancang strategi bisnis agar mampu bersaing dengan perusahaan pesaingnya menggunakan faktor penentu keberhasilan. Fred David memberikan penjelasan pada bukunya yang berjudul *Strategic Management Concepts and Cases*, terdapat beberapa komponen dalam *Competitive Profile Matrix* yang digunakan untuk melakukan analis. Berikut penjelasan mengenai komponen-komponen yang ada didalamnya:

1. ***Critical Success Factor*** **(Faktor Kesuksesan)**

Komponen ini berisi faktor penentu keberhasilan yang diambil setelah analisis mendalam dari lingkungan eksternal dan internal suatu perusahaan yang mana harus dilakukan dengan sangat baik jika perusahaan ingin sukses dalam industri tersebut. Faktor-faktor ini beragam antara industri yang berbeda atau bahkan kelompok strategis serta mencakup berbagai faktor internal dan eksternal. Jika rating atau penilaiannya tinggi menunjukkan bahwa strategi perusahaan telah dilakukan dengan baik dan sebaliknya, jika rating yang dihasilkan lebih rendah maka menunjukkan strategi perusahaan yang dijalankan belum cukup baik.

2. ***Weight*** **(Bobot)**

Setiap faktor penentu keberhasilan harus diberi bobot mulai dari 0,0 (yang berarti tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Angka tersebut memberikan petunjuk betapa pentingnya faktor tersebut dalam keberhasilan suatu industri. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1.0 dan jika total perhitungan kurang atau lebih dari 1.0 artinya terdapat kesalahan dalam meletakkan bobot di salah satu atau beberapa faktor yang ada dan harus diperbaiki.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. *Rating* (Peringkat)

Peringkat dalam CPM mengacu pada seberapa baik perusahaan melakukan di setiap area. Angka yang menjadi perwakilan adalah angka 4 sampai 1. Dimana dalam setiap angka nya memiliki arti yang sangat penting dalam suatu faktor. Angka 4 berarti kekuatan utama atau sangat unggul, angka 3 berarti terdapat kelebihan kecil, angka 2 berarti kelemahan kecil, dan angka 1 berarti kelemahan utama atau sangat lemah. Semakin tinggi rating yang di peroleh dapat memperlihatkan respon yang baik dari perusahaan terhadap *Critical Success Factors*, dan juga sebaliknya, bila rating yang dihasilkan rendah maka menunjukan respon yang kurang baik pada suatu perusahaan.

4. *Total & Score* (Total & Skor)

Komponen *score* merupakan hasil perkalian dari faktor *rating* dan faktor *weight* dari masing-masing perusahaan. Setiap perusahaan akan memperoleh nilai angka pada setiap faktornya. Nilai tersebut akan dijumlah sehingga akan menghasilkan sebuah total nilai. Total nilai tersebut memberikan suatu indikasi apabila total nilai yang dimiliki merupakan nilai tertinggi maka perusahaan tersebut dianggap lebih unggul dibanding kompetitor atau pesaing lainnya.

Pillow Project memiliki 3 pesaing utama yaitu Crea_arts, Talky Pillow dan Dapillowid. Analisis ini di gunakan untuk menggambarkan perbandingan antara Pillow Project dan tiga pesaing utamanya berdasarkan beberapa faktor keberhasilan penting yang berpengaruh pada bisnis tersebut. **Tabel 3.2** menjelaskan lebih detail mengenai CPM perusahaan dari Pillow Project. Berikut merupakan tabel *Competitive Profile Matrix (CPM)* yang menjelaskan *Pillow Project* dan tiga pesaing utamanya:

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix (CPM)

Faktor Kesuksesan	Bobot	*Pillow Project*		*Crea arts*		*Talky Pillow*	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Kualitas Produk	0.20	4	0.80	4	0.80	3	0.60
Platform belanja online (*E-commerce*)	0.18	3	0.54	1	0.18	1	0.18
Testimoni Produk	0.15	1	0.15	3	0.45	4	0.60
Desain Produk	0.14	4	0,56	3	0.42	4	0.56
Persaingan harga	0.11	4	0.44	2	0.22	3	0.33
Pelayanan	0.10	3	0,30	4	0,40	3	0.30
Sosial Media	0.07	4	0,28	3	0,21	2	0.14
Kualitas Kemasan / *Packaging*	0.05	2	0,10	3	0,15	4	0,20
Total	1.00	3.17		2.83		2.91	

Sumber : *Pillow Project*, 2021

Dalam *Competitive Profile Matrix (CPM)* diatas, terdapat beberapa faktor penentu keberhasilan. Dari hasil survei yang telah dilakukan, penulis memutuskan untuk menggunakan 8 dari 10 *Critical Success Factor* yang diputuskan sebagai faktor penentu keberhasilan berjalannya bisnis *Pillow Project* karena dinilai berdasarkan jumlah hasil survei masing-masing faktor yang tidak kurang dari 80% . Faktor penentu keberhasilan tersebut antara lain *platform online shopping and e-commerce, product quality, product design suitability, product testimonial, service, price competitive, effective management of social media* dan *packaging quality*. Berikut penjelasan lebih lanjut dari **Tabel 3.2** mengenai posisi *Pillow Project* dan kompetitornya:

a. Kualitas Produk

Kualitas produk yang baik dapat membuat suatu perusahaan unggul di industrinya. Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Setiap *customer* pastinya ingin mendapatkan kualitas produk yang terbaik dari uang yang telah dikeluarkan. Pada **Tabel 3.2,** penulis memberikan bobot sebesar 0.20 kepada faktor kualitas produk. Bobot penilaian tersebut diperoleh

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

berdasarkan hasil survei pertimbangan pelanggan dalam pembelian sebuah produk terutama pada produk bantal *custom* yang memperoleh skor tertinggi pada poin sangat setuju dan sangat setuju yakni sebesar 96,5%. Perusahaan-perusahaan pada **Tabel 3.2** merupakan perusahaan yang fokusnya pada *customizable* produk bantal, sehingga sangatlah penting dalam menciptakan produk dengan kualitas yang sangat baik agar nantinya produk tersebut nyaman digunakan pemiliknya. Berikut penjelasan dari kualitas produk dalam *competitive profile matrix*:

Tabel 3.3
Kualitas Produk dalam *CPM*

Perusahaan	Kualitas Produk
Pillow Project	Menggunakan *Microfiber* sebagai bahan isian bantal. *Microfiber* memiliki sifat *hypoallergenic* atau anti alergi sehingga nyaman digunakan, kain sarung bantal yang digunakan menggunakan bahan *polyester* berkualitas sehingga awet dan tahan lama
Crea Art	Menggunakan *polyester* sebagai bahan sarung bantal sehingga lebih halus dan lembut serta tahan lama
Talky Pillow	Menggunakan *canvas polyester* sebagai bahan sarung bantal sehingga lebih awet dan tahan lama, menggunakan pewarna alami, memiliki berbagai motif desain yang atraktif

Sumber: *Pillow Project*, 2021

b. *Platform* Belanja Online (*E-commerce*)

Platform belanja online atau *e-commerce* merupakan salah satu aspek terpenting dalam melakukan bisnis, karena keberadaannya sangat memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi jual beli dengan aman dan efektif. Pada **Tabel 3.2,** penulis memberikan bobot pada *platform* belanja online (*e-commerce)* sebesar 0.18. Bobot penilaian tersebut diperoleh berdasarkan hasil survei pertimbangan pelanggan dalam pembelian sebuah produk terutama pada produk bantal *custom* yang memperoleh skor tertinggi pada poin setuju dan sangat setuju yaitu sebesar 93%. Berikut merupakan penjelasan mengenai platform belanja

online *(e-commerce)* dalam *competitive profile matrix* :

Tabel 3.4
Platform* belanja online *(E-commerce)* dalam *CPM

Perusahaan	*Platform* belanja online *(E-commerce)*
Pillow Project	Shopee, Tokopedia, Lazada
Crea Art	Shopee
Talky Pillow	Tokopedia

Sumber: *Pillow Project*, 2021

Platform online shopping atau yang biasa disebut *e-commerce* biasa digunakan sebagai *platform* belanja yang bentuk transaksinya menggunakan media perantara internet dan elektronik. Penulis memberikan rating 1 untuk untuk *Crea Art* dan *Talky Pillow* karena hanya memiliki 1 jenis e-commerce di masing-masing tokonya. Sedangkan nilai bobot e-commerce sendiri memperoleh nilai tertinggi kedua dibandingkan dengan *critical success factor* lainnya. *Pillow Project* akan hadir dalam 3 jenis e-commerce pada saat *launching* diantaranya merupakan *shopee, tokopedia* dan *lazada*. Pentingnya *platform online shopping* ini membuat kehadirannya dapat menjadi salah satu aspek untuk meningkatkan nilai penjualan karena pelanggan dapat bertansaksi dengan mudah dan merasa terlindungi

c. Testimoni Produk

Sebuah review atau ulasan sebuah produk dalam bisnis memiliki peran yang sangat penting bagi pelanggan baru agar dapat yakin dengan kualitas dan mutu produk yang akan dibelinya. Pada **Tabel 3.2,** penulis memberikan bobot pada testimoni produk sebesar 0.15. Bobot penilaian tersebut diperoleh berdasarkan hasil survei pertimbangan pelanggan dalam pembelian sebuah produk terutama pada produk bantal *custom* yang memperoleh skor pada poin setuju dan sangat setuju yaitu sejumlah 90,4%. Penulis memberikan peringkat 4 pada *Talky Pillow* karena memperoleh lebih banyak ulasan dan review

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

dibandingkan dengan Crea Art. Penulis memberikan peringkat 1 kepada *Pillow Project* karena belum memiliki ulasan dan review produk pada bisnis yang baru akan mulai berjalan pada tahun 2022.

d. Desain Produk

Kesesuaian desain produk yang diinginkan pelanggan dalam bisnis ini berperan sangat penting bagi kelangsungan bisnis *Pillow Project*. Pada **Tabel 3.2,** penulis memberikan bobot pada desain produk sebesar 0.14. Bobot penilaian tersebut diperoleh berdasarkan hasil survei pertimbangan pelanggan dalam pembelian sebuah produk terutama pada produk bantal *custom* yang memperoleh skor pada poin setuju dan sangat setuju yaitu sejumlah 89,5%. Berikut penjelasan dari desain produk dalam *competitive profile matrix* :

Tabel 3.5
Desain Produk dalam *CPM*

Perusahaan	Desain Produk
Pillow Project	Desain, warna, gambar yang di produksi dibuat 99,99% sesuai dengan permintaan pelanggan. Desain tanpa *custom* yang *ready to order* juga cukup variatif serta stok yang siap dijual memiliki desain yang disesuaikan dengan bentuk selera dan *trend* masyarakat sekitar
Crea Art	Desain, warna dan motif bantal tanpa *custom* cukup berkualitas, menarik dan variatif meskipun tidak menyediakan banyak pilihan warna dan bentuk
Talky Pillow	Konsep desain yang digunakan cukup atraktif karena diciptakan dengan konsep "*Talky Pillow*" yang artinya bantal bicara. Sehingga membuat keseluruhan desainnya menjadi lebih menarik dan variatif.

Sumber: *Pillow Project*, 2021

e. Persaingan Harga

Harga merupakan salah satu faktor utama bagi calon pembeli dalam mempertimbangkan produk atau jasa yang akan mereka beli dan gunakan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

Harga harus sesuai dengan *value* atau nilai yang terdapat dalam sebuah produk maupun jasa sehingga dapat meyakinkan calon pembeli dalam melakukan transaksi. Pada **Tabel 3.2,** penulis memberikan bobot pada persaingan harga sebesar 0.11. Bobot penilaian tersebut diperoleh berdasarkan hasil survei pertimbangan pelanggan dalam pembelian sebuah produk terutama pada produk bantal *custom* yang memperoleh skor pada poin setuju dan sangat setuju yaitu sejumlah 88,7%. Berikut penjelasan dari persaingan harga dalam *competitive profile matrix* :

Tabel 3.6
Persaingan Harga dalam *CPM*

Perusahaan	Persaingan Harga
Pillow Project	Harga jual terendah Rp 89,000 *harga *custom*
Crea Art	Harga jual terendah Rp 120,000 *harga *custom*
Talky Pillow	Harga jual terendah Rp 100,000 *harga *custom full colour* +Rp 30,000

Sumber: Pillow Project, 2021

Pada aspek ini, rating 2 untuk *Crea Art*, 3 *Talky Pillow* dan 4 untuk *Pillow Project*. Crea Art memiliki harga paling tinggi yaitu Rp,120,000 per bantal *custom* jadi yang ditawarkan. Harga tersebut terbilang cukup tinggi dibandingkan dengan pesaing lainnya. Pillow Project juga berkomitmen untuk menjual dengan harga yang ekonomis, bersahabat serta terjangkau terutama bagi masyarakat Indonesia.

f. Pelayanan

Service atau pelayanan adalah sebuah kegiatan yang diperuntukkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan agar seluruh keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Menurut (Kotler, 2016), pelayanan (*service*) adalah suatu tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan kepada pelanggan menjadi pengaruh utama keberhasilan suatu bisnis. Pada **Tabel 3.2,** penulis memberikan bobot pada *service* sebesar 0.10. Bobot penilaian tersebut diperoleh berdasarkan hasil survei pertimbangan pelanggan dalam pembelian sebuah produk terutama pada produk bantal *custom* yang memperoleh skor pada poin setuju dan sangat setuju yaitu sejumlah 86,9%. Berikut merupakan penjelasan dari *service* dalam *competitive profile matrix*:

Tabel 3.7
Pelayanan dalam *CPM*

Perusahaan	***Pelayanan***
Pillow Project	Menerapkan sistem SOP *Service* yang ramah, handal dan profesional mulai dari kecepatan respon *chat* hingga produk tersebut sampai di tangan *customer* dan merasa puas
Crea Art	Menggunakan sistem pelayanan yang sangat baik, mulai dari kecepatan respon hingga produk sampai di tangan *customer*
Talky Pillow	Segala bentuk respon pelayanan kepada *customer* dilakukan langsung oleh *owner* dan tim dengan selalu menomorsatukan kepuasan pelanggan

Sumber: *Pillow Project*, 2021

g. Sosial Media

Salah satu teknologi informasi yang sedang maju, berkembang pesat dan sangat berpotensi untuk mendorong kinerja di berbagai perusahaan dunia adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi untuk menghubungkan banyak orang dengan sangat mudah, canggih dan gratis. Berbagai usaha industri di Indonesia termasuk industri bantal dapat maju dan berkembang karena telah menggunakan media sosial dengan efektif. Maka dari itu, pada **Tabel 3.2,** penulis memberikan bobot pada sosial media sebesar 0.07. Bobot

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

penilaian tersebut diperoleh berdasarkan hasil survei pertimbangan pelanggan dalam pembelian sebuah produk terutama pada produk bantal *custom* yang memperoleh skor pada poin setuju dan sangat setuju yaitu sejumlah 82,7%. Berikut merupakan penjelasan dari sosial media dalam *competitive profile matrix*:

Tabel 3.8
Sosial Media dalam *CPM*

Perusahaan	***Effective Management of Social Media***
Pillow Project	Memiliki strategi khusus dalam media sosial dan *platform* belanja, membuat jadwal harian untuk membuat konten di sosial media termasuk *IG Live, IG TV, IG Story* serta *platform* belanjanya seperti *Shopee Live*. Membangun tim khusus untuk mengelola desain *post* yang akan di *upload*
Crea Art	Memiliki strategi dalam media sosial, membuat jadwal bulanan dalam pembuatan konten di sosial media seperti *IG Live* dan *IG Story*, membangun tim khusus kreatif media sosial
Talky Pillow	Memiliki strategi dalam media sosial dengan menjadikan sosial media sebagai tempat untuk membagikan cerita, proses produksi, serta hal infromatif lainnya secara terbuka, membuat jadwal bulanan, membuat konten di sosial media serta memiliki tim pengelola khusus.

Sumber: Pillow Project, 2021

h. Kualitas Kemasan (Packaging)

Kemasan produk adalah sebuah wadah atau tempat yang digunakan sebagai pembungkus sekaligus media promosi suatu produk. Kualitas kemasan produk yang baik dan berkualitas akan membuat pelanggan merasa puas dengan apa yang sudah dibelinya. Pada **Tabel 3.2,** penulis memberikan bobot

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

pada kualitas kemasan sebesar 0.05. Bobot penilaian tersebut diperoleh berdasarkan hasil survei pertimbangan pelanggan dalam pembelian sebuah produk terutama pada produk bantal *custom* yang memperoleh skor pada poin setuju dan sangat setuju yaitu sejumlah 82,6%.Berikut penjelasan dari kualitas kemasan dalam *competitive profile matrix*:

Tabel 3.9
Kualitas Kemasan dalam *CPM*

Perusahaan	Kualitas Kemasan
Pillow Project	Menggunakansistem press atau vakum untuk menghemat volume dan menjaga agar kerapihan serta kualitas dalam kemasan tetap terjaga
Crea Art	Menggunakan plastik reusable
Talky Pillow	Menggunakan tas serut berbahan kanvas dengan menyesuaikan bahan dan ukuran dari bantal yang diproduksi

Sumber: *Pillow Project*, 2021

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analisis)

Pengertian SWOT Menurut David (2015) *" Strategy analysis and the choice seek to determine alternative courses of action that could best enable the firm to achieve its mission and objective"*. Analisis diatas didasarkan pada konsep yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Berikut merupakan analisis SWOT dari *Pillow Project* :

Strengths atau kekuatan internal dari *Pillow Project* adalah memiliki hasil yang berbeda dari kebanyakan produk bantal di Indonesia karena hadir dengan konsep *customizable* serta menggunakan *Microfiber* sebagai bahan isian bantal. Microfiber bersifat *hypoallergenic* atau anti alergi sehingga membuat bantal nyaman dan aman

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

digunakan oleh anak-anak, remaja maupun dewasa. Selain itu, gambar kreasi, motif dan warna pada bantal memiliki kesan tersendiri bagi pemiliknya karena semuanya dapat di desain sendiri. Dalam proses penjualannya, *Pillow Project* fokus terhadap penjualan secara online. Hal ini disebabkan kondisi era digital yang semakin modern sehingga sebagian besar masyarakat saat ini berinteraksi dan berbelanja terus secara online karena dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun sehingga dapat menggunakan waktunya dengan efektif, maka penulis yakin dengan bantuan era digital yang canggih akan menjadikan bisnis *Pillow Project* dapat berjalan dengan baik

Weaknesses atau kelemahan internal dari *Pillow Project* adalah sebagai pelaku usaha baru, membutuhkan waktu untuk mengenalkan produk kepada masyarakat. Selain itu waktu proses pengerjaan bantal yang bersifat *custom* sehingga membutuhkan proses yang cukup lama mulai dari penyesuaian desain, motif hingga warnanya. Dan untuk meminimalisir ketidaksesuaian desain yang diinginkan maka *Pillow Project* akan menunjukkan hasil desainnya terlebih dahulu sebelum ke tahap pengemasan. Jika terdapat ketidaksesuaian maka Pillow Project menawarkan revisi desain maksimal 2x revisi/order. Oleh sebab itu proses pengerjaan bantal ditaksir memakan waktu 4-5 hari kerja/bantal. Untuk meminimalisir ketidakpuasan pelanggan maka kami selalu memberikan informasi untuk melakukan order minimal 5-7 hari sebelum tanggal jadi yang diminta oleh pelanggan. Hal ini bertujuan mengantisipasi kemunduran tanggal yang sudah direncanakan.

Opportunities atau peluang eksternal dari usaha Pillow Project antara lain adalah populasi di Indonesia yang semakin meningkat dari tahun ke tahunnya menjadi peluang bagi *Pillow Project*. Penggunaan media sosial yang sangat mudah dan digunakan banyak orang serta kemampuan *e-commerce* pada era digital menjadi peluang bagi kami dalam mempromosikan produk. Selain itu langkanya produk bantal

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

custom di pasar industri menciptakan peluang besar dan menjanjikan bagi bisnis ini. Selain dapat memberikan kesan tersendiri bagi pemilik bantal, bantal *custom* juga dapat dijadikan sebagai kado ulang tahun, perayaan *anniversary*, *graduation* dan sebagainya sehingga terlihat unik, berbeda serta lebih menarik bagi pemiliknya.

Threats atau ancaman eksternal dari usaha *Pillow Project* adalah munculnya pesaing baru dengan konsep yang sama, serta adanya pesaing yang sudah terkenal. Selain itu adalah pola pikir masyarakat Indonesia yang biasanya tidak ingin membeli barang kebutuhan lain sebelum barang tersebut rusak (tidak bisa digunakan kembali) sedangkan bantal merupakan barang yang memiliki daya tahan cukup lama.

Berikut **Tabel 3.10** merupakan uraian analisis yang telah diuraikan diatas mengenai SWOT analisis *Pillow Project* beserta berbagai strategi nya :

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

Tabel 3.10
SWOT Analisis

	Strengths 1. Menggunakan *Microfiber* berkualitas sebagai bahan isian bantal yang bersifat *hypoallergenic* atau anti alergi 2. Penggunaan platform media sosial sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan 3. Menciptakan harga yang kompetitif 4. Memiliki hasil ketepatan desain yang maksimal meski menerapkan konsep *customizable*	**Weaknesses** 1. Memerlukan waktu untuk mengenalkan produk 2. Membutuhkan proses cukup lama dalam pembuatan produk karena menerapkan konsep *customizable* 3. Home produksi, kuota standar
Opportunities 1. Populasi di Indonesia yang semakin meningkat dari tahun ke tahun 2. Dunia media sosial yang sangat dinamis dalam penyebarluasan informasi maupun promosi 3. Potensi untuk berkembang cukup besar karena ide bisnis dengan konsep *custom* belum banyak di Indonesia	**SO Strategies** a. Pelanggan potensial (S1, S2, O1, O3) b. Media sosial dan *e-commerce* (S2,O1,O2) c. Desain *custom* (S3, O3) d. Kegiatan promosi (S1, S3, O2, O3)	**WO Strategies** a. Teknologi modern (W1, O2, O3) b. *Event* aktif W1, O1, O2, O4) c. *Research* sasaran pasar (W2, O2, O3 O4) d. Agenda *event* (W3, O1, O2)
Threats 1. Munculnya pesaing baru dengan konsep yang sama 2. Pesaing yang lebih dahulu terjun lebih dikenal 3. Pola pikir masyarakat dimana tidak membeli barang sebelum rusak karena tingkat daya tahan bantal cukup lama	**ST Strategies** a. Tingkat kualitas (S1, S4, T1, T2) b. Efisiensi Harga (S3, T1, T2) c. Pendekatan media sosial dan *e-commerce* (S2, S3, T2, T3) d. Produk *posting* (S2, T1,T2)	**WT Strategies** a. Beragam event seperti *giveaway, cashback, etc)* (W1, T1, T2, T3) b. Perkenalan produk (W1, W2, T1, T2, T3) c. Media *influencer* atau selebgram (W1, T1, T2)

Sumber: *Pillow Project*, 2021

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Berikut merupakan uraian analisis strategi yang telah diuraikan pada **Tabel 3.7** diatas mengenai SWOT analisis *Pillow Project* :

1. SO Strategi :

a. Berfokus pada pelanggan potensial terutama yang fokus akan kesehatan dan kenyamanan (S1, S2, O1, O3)

b. Pemanfaatan media sosial dan *platform online shopping* atau *e-commerce* pada zaman digital yang semakin canggih menjadikan *Pillow Project* dapat dikenal oleh seluruh masyarakat Indonesia secara efektif (S2,O1,O2)

c. Menjamin konsep desain *custom* diminati kebanyakan pangsa pasar Indonesia (S3, O3)

d. Secara konsisten dan tepat sasaran dalam melakukan kegiatan promosi (S1, S3, O2, O3)

2. WO Strategi

a. Memaksimalkan teknologi yang semakin modern sebagai media promosi secara *online* dengan memberikan informasi semenarik mungkin (W1, O2, O3)

b. Mengikuti berbagai event yang memungkinkan sehingga semakin menjadi perhatian bagi banyak orang (W1, O1, O2, O4)

c. Terus melakukan *research* mengenai sasaran pasar mana yang memungkinkan (W2, O2, O3 O4)

d. Menjadwalkan agenda beragam *event* guna lebih terstruktur (W3, O1, O2)

3. ST Strategi

a. Fokus pada kualitas produk dan pelayanan berkualitas (S2, S3, T2, T3)

b. Efisiensi harga atau harga yang lebih ekonomis disbanding dengan pesaing lainnya

c. Aktif melakukan pendekatan kepada masyarakat melalui media sosial dan *e-commerce* (S1, S2, S3, T2, T3)

d. Mengajak masyarakat melakukan edukasi produk *Pillow Project* melalui *postingan* produk (S2, T1,T2)

4. WT Strategi

a. Mengadakan berbagai *event* berbasis online seperti *giveaway* dan *cashback* promo produk atau potongan harga pada moment tertentu (W1, T1, T2, T3)

b. Mengenalkan produk beserta informasinya secara rinci dan menarik sesering mungkin (W1, W2, T1, T2, T3)

c. Melakukan pemasaran dengan melakukan endorse dengan *influencer* atau selebgram (W1, T1, T2)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hakcipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie