

BAB II

ANALISIS INDUSTRI



Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sebelum menjalankan suatu bisnis dan mendesain strategi yang dapat digunakan bagi suatu bisnis, maka seorang wirausaha membutuhkan pemahaman mengenai industri dan kompetisi yang dihadapi oleh perusahaan tersebut. Menurut Pearce dan Robinson (2008:133), “industri merupakan kumpulan perusahaan yang menawarkan produk atau jasa serupa. Produk atau jasa yang serupa adalah produk atau jasa yang diadopsi oleh konsumen dapat saling mensubstitusi.”

Lingkungan industri bisnis terbagi menjadi dua, yaitu internal dan eksternal. Eksternal bisnis menganalisis lingkungan industri yang mencakup politik, ekonomi, sosial, teknologi, dan lingkungan. Analisis lingkungan industri eksternal ini sering disebut dengan analisis PESTLE.

Analisis PESTLE (David, 2013:95) :

1. Politik, Pemerintahan, dan Hukum

Faktor politik, pemerintahan dan hukum dapat merepresentasikan peluang atau ancaman bagi sebuah perusahaan, untuk industri dan perusahaan yang sangat bergantung pada kontrak atau subsidi pemerintah, ramalan dan kebijakan politik menjadi hal yang harus diperhatikan karena dapat memberi pengaruh signifikan pada perusahaan. Kesalingtergantungan global yang semakin meningkat di kalangan ekonomi, pasar, pemerintah, dan organisasi memaksa perusahaan untuk mempertimbangkan faktor potensial dari variabel politik dalam perumusan dan penerapan strategi kompetitif mereka. Industri jasa *laundry* tidak rentan dengan perubahan dalam lingkungan politik. *Laundry King Wash* merupakan usaha swasta

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



yang tidak didukung oleh subsidi pemerintah namun tetap berpatokan pada peraturan daerah terutama yang berkaitan dengan konsumen, lingkungan dan tenaga kerja.

Oleh karena itu, kondisi politik di Indonesia tidak mempengaruhi atau tidak menjadi ancaman maupun tidak akan menjadi peluang bisnis ini.

2. Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi di pasar akan mempengaruhi ekonomi bisnis baik ekonomi pasar, komando, maupun campuran. Ketika pasar bertumbuh, kekayaan konsumen dan bisnis meluas. Hal ini dikarenakan ketika terjadi pertumbuhan ekonomi yang berdampak positif pada keuangan masyarakat maka bisnis juga akan semakin meluas dikarenakan terjadi kenaikan pendapatan. Namun, jika yang terjadi sebaliknya maka setiap pengusaha yang ada harus berhati-hati karena dapat ikut berdampak pada bisnisnya. Pada masa resesi, masyarakat akan berhemat terhadap pengeluaran yang dilakukan. Sedangkan pada masa ekonomi stabil, masyarakat akan memanjakan diri untuk mendapat layanan yang serba cepat dan praktis seperti jasa *laundry*.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang stabil, inflasi yang tidak terlampau tinggi, pendapatan masyarakat yang semakin besar akan memiliki daya beli, hal-hal ini akan menjadi peluang dalam bisnis *laundry*.

3. Sosial

Aspek utama dari faktor sosial merupakan gaya hidup dan tren di kalangan masyarakat. Dengan semakin sibuknya kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat membuat mereka membutuhkan segala sesuatu yang cepat dan praktis termasuk jasa *laundry* pakaian yang dikenakan oleh masyarakat sehari-hari. Tren yang berubah adalah bahwa kini pakaian tidak lagi harus dicuci sendiri dikarenakan waktu yang

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.



diperlukan dan kesibukan lain untuk melakukannya. Hal ini akan mempengaruhi permintaan konsumen terhadap jasa *laundry* pakaian yang cepat, praktis dan berkualitas.

4. Teknologi

Semakin majunya jaman, teknologi semakin berkembang, sehingga hal ini mengharuskan banyak perusahaan untuk terus meningkatkan teknologi yang digunakan apabila perusahaan tersebut tidak mau ketinggalan selangkah dari perusahaan lain yang telah menggunakan teknologi tercanggih saat ini. *Laundry King Wash* menggunakan mesin yang canggih seperti mesin pengering pakaian sehingga dalam menjalankan bisnis tidak perlu menunggu matahari untuk mengeringkan pakaian atau bisnis tidak terganggu walaupun musim penghujan terjadi sepanjang tahun karena terjadinya anomaly cuaca seperti saat ini.

5. Lingkungan

Industri jasa *laundry* pakaian berkaitan erat dengan isu lingkungan. Hal ini dikarenakan air limbah bekas cucian yang mengandung obat-obatan kimia harus dialirkan secara benar agar tidak mencemari lingkungan. *Laundry King Wash* menggunakan *eco green* detergen yang mengandung *phosphate*. Bahan kimia *phosphate* sangat baik untuk menyuburkan tanah dan tanaman sehingga air cucian dapat ditampung dan digunakan untuk menyiram tanaman dan tanah di sekitar lingkungan *outlet*. Dengan kata lain, limbah yang dihasilkan oleh mesin *laundry* tetap ramah bagi lingkungan sekitar dan tidak mematikan ekosistem di mana limbah tersebut dibuang.

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



Masa depan keberlangsungan bisnis *laundry* King Wash bergantung pada visi dan

misi bisnis dari *laundry* King Wash. Visi dan misi bisnis menentukan mau dijalankan dan dikembangkan bagaimana bisnis *laundry* ini. Berikut adalah visi dan misi bisnis dari *laundry* King Wash.

Visi

Menurut David (2013:77), “Pernyataan visi (*vision statement*) mencoba memberi jawaban atas pertanyaan “ingin menjadi seperti apa kita? Visi yang sama menciptakan kebersamaan kepentingan yang dapat mengangkat para pekerja keluar dari kemonotonan kerja sehari-hari serta menuntun mereka ke dunia baru yang ditandai oleh peluang dan tantangan.”

Sedangkan menurut Sutarno (2012:13), “Visi berarti kemampuan untuk berpikir tentang masa depan dengan imajinasi dan kebijaksanaan.”

Visi dari *laundry* KING WASH yaitu “ menjadi pelopor *laundry* mencuci tanpa repot no. 1 yang paling diminati di Jakarta”

Misi

David (2013:78) juga menjelaskan bahwa, “Sebuah pernyataan maksud yang membedakan satu organisasi dari organisasi-organisasi lain yang serupa, pernyataan misi (*mission statement*) adalah sebuah deklarasi tentang alasan keberadaan suatu organisasi. Pernyataan misi menjawab pertanyaan paling penting, “Apakah bisnis kita?” Pernyataan misi yang jelas sangat penting untuk menetapkan tujuan dan merumuskan strategi.”

Sedangkan menurut Sutarno (2012:13), “Misi adalah media melalui mana tujuan tercapai.”



Misi dari *laundry King Wash* yaitu,

1. Memastikan kepuasan konsumen dengan memberikan jasa layanan *laundry* yang berkualitas
2. Memberi layanan antar jemput (*delivery order*)
3. Memberikan *souvenir* kepada pelanggan yang loyal atau rutin menggunakan jasa *laundry King Wash*
4. Memberikan promo-promo menarik yang *up to date*.

Tujuan

Tujuan dari bisnis *laundry King Wash* dibagi menjadi tujuan jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang :

1. Tujuan jangka pendek, yaitu mendapatkan kepercayaan konsumen di daerah pasar baru dan sekitarnya.
2. Tujuan jangka menengah yaitu, membuka cabang *outlet* di daerah Jakarta barat, timur, utara dan selatan.
3. Tujuan jangka panjang, yaitu melakukan ekspansi dengan membuka cabang di luar kota Jakarta.

A. Gambaran Masa Depan

Untuk memprediksi bagaimana perkembangan bisnis yang akan dibangun di kemudian hari, maka diperlukan adanya gambaran masa depan. Oleh sebab itu, perlu dipelajari jumlah penduduk, daya beli, jumlah pelanggan potensial dan hal-hal yang berhubungan dengan minat konsumen di daerah tersebut.

Berikut ini adalah beberapa sasaran *laundry King Wash*:



Tabel 2.1

Jumlah Penduduk di daerah DKI Jakarta tahun 2011

©

Kabupaten/Kota	Penduduk		
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
Kepulauan Seribu	12.667	12.261	24.928
Jakarta Pusat	575.220	547.754	1.122.974
Jakarta Utara	887.059	828.479	1.715.538
Jakarta Barat	1.165.463	1.094.143	2.259.606
Jakarta Selatan	1.099.752	1.035.078	2.134.830
Jakarta Timur	1.510.461	1.415.161	2.925.622
Total Profinsi DKI Jakarta	5.250.622	4.932.876	10.183.498

Sumber: <http://www.jakarta.go.id/v2/bankdata/category/16/>

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah penduduk di Jakarta sangat padat dan semakin banyak. Maka banyak pula jumlah konsumen yang dapat ditargetkan oleh bisnis ini. Bisnis *laundry* King Wash memang mengkhususkan target pasarnya kepada rumah tangga dikarenakan jasa yang diberikan berhubungan dengan pekerjaan ibu rumah tangga pada umumnya yaitu *laundry*. Namun, jasa yang diberikan ini juga berhubungan dengan para laki-laki karena tujuan utamanya adalah laki-laki dan wanita yang berkeluarga yaitu rumah tangga yang di dalamnya terdapat wanita dan laki-laki. Maka, peluang usaha *laundry* ini memiliki prospek yang baik karena semakin meningkatnya konsumen yang akan membutuhkan jasa mencuci pakaian.

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 2.2

Upah minimum DKI Jakarta Tahun 2009-2014

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tahun (1)	Upah Minimum Provinsi (UMP) Rp. (2)	Kenaikan UMP (%) (3)	Inflasi(%) (4)
2009	1.069.865	10,00	2,34
2010	1.188.010	11,04	5,95
2011	1.290.000	8,58	3,97
2012	1.529.150	18,54	4,52
2013	2.200.000	43,87	5,67
2014	2.441.000	10.95	2.25 *)

*) Persentase perubahan inflasi sampai Juni 2014

Sumber :

<http://jakarta.bps.go.id/flip/jda2013/files/assets/basic-html/page167.html>,

http://id.wikipedia.org/wiki/Upah_minimum_regional,

<http://www.jakarta.go.id/v2/news/2014/07/perkembangan-indeks-harga-konsumen-bulan-juli-2014#.U9DNikDaLr8>

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa upah minimum di Jakarta pada tahun 2012 adalah sebesar Rp 1.529.150 kemudian meningkat pada tahun 2013 menjadi Rp 2.200.000 dan pada tahun 2014 menjadi sebesar Rp 2.441.000. Hal ini dapat menjadi faktor pendukung bahwa setiap konsumen yang ada di DKI Jakarta masih memiliki uang lebih untuk mendapatkan kebutuhan jasa mencuci. Dengan begitu, bisnis laundry kembali mendapat peluang dengan prospek yang menjanjikan apalagi dengan gaya hidup masyarakat yang lebih sibuk bekerja di luar rumah.

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 2.3

© Jumlah Penduduk Laki-laki dan Perempuan Menurut Umur dan Jenis Kelamin (Sensus penduduk Tahun 2010)

Kecamatan	Jenis Kelamin		Usia			Total Penduduk
	Laki-laki	Perempuan	0-14	15-64	65+	
Pempaka Putih	43.616	41.234	21.043	59.863	3.944	84.850
Gambir	39.170	39.252	15.534	58.723	4.165	78.422
Pekar Baru	58.925	57.336	28.880	82.991	4.390	116.261
Kemayoran	109.072	106.259	50.148	157.063	8.120	215.331
Menteng	33.774	34.353	14.749	50.140	3.420	68.309
Sawah Besar	49.793	51.008	20.208	75.518	5.075	100.801
Senen	45.552	45.530	20.045	66.929	4.108	91.082
Tanah Abang	73.689	70.770	31.961	107.114	5.384	144.459
Total				658.341		899.115

Sumber: <http://jakarta.bps.go.id/index.php?bWVudT0yMzA0JnBhZ2U9ZGF0YSZzWI9MDQmaWQ9NTg>



Berdasarkan tabel di atas, target sasaran dari *laundry* Quick and Queen adalah rumah tangga yang terdiri dari laki-laki dan perempuan yang berumur mulai dari 15-65 tahun cukup banyak. Pada tahun 2010 sebanyak 658.341 jiwa Dengan begitu, maka peluang bisnis dari *laundry* King Wash masih terbuka karena jumlah sasaran yang cukup memadai.

Tabel 2.4

Rata-rata Pengeluaran Per Kapita Per Bulan Menurut Kelompok Bukan Makanan di Provinsi DKI Jakarta (Rupiah)

Jenis Pengeluaran / <i>Type of Expenditure</i>	2009	2010
Perumahan, dan bahan bakar penerangan dan air	308.370	364.408
Aneka Barang, dan Jasa	114.428	134.445
Biaya Pendidikan	49.030	44.102
Biaya Kesehatan	24.610	23.873
Pakaian, Alas Kaki, dan Tutup Kepala	23.650	24.748
Barang Tahan Lama	20.656	19.787
Pajak pemakaian dan premi asuransi	23.999	34.449
Keperluan Pesta dan Upacara	4.244	9.026

Sumber: [Diolah dari Data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Panel, <http://jakarta.bps.go.id/index.php?bWVudT0yMzEyJnBhZ2U9ZGF0YSZzdWI9MTlmaWQ9OTU=>]

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah pengeluaran barang dan jasa meningkat dari 114.428 ke 134.445 dan untuk pakaian, alas kaki, dan tutup kepala 23.650 meningkat ke 24.748. Dapat dilihat bahwa pada tahun 2009 dan 2010, pengeluaran ini berada pada peringkat kedua dan keenam. Maka, dengan semakin banyak pengeluaran masyarakat terhadap barang dan jasa, pakaian, maka peluang dari

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.



bisnis *laundry* King Wash semakin besar karena semakin banyak masyarakat yang membutuhkan jasa cuci pakaian yang mereka beli.

B. Analisis Persaingan Industri

Michael E. Porter dalam Pearce dan Robinson (2008:122) mengajukan konsep lingkungan industri (*industry environment*) sebagai landasan pemikiran strategis dan perencanaan bisnis. Porter menjelaskan lima kekuatan yang membentuk persaingan pada suatu industri.

Menurut David (2013:105) analisis persaingan menurut Lima Kekuatan Michael Porter, yaitu:

1. Potensi masuknya pesaing baru

Usaha *laundry* merupakan salah satu usaha jasa yang cepat berkembang dan menjamur yang sudah terbukti di beberapa kota lain. *Laundry* King Wash akan dilaksanakan di kota Jakarta yang juga merupakan kota besar dengan kebutuhan jasa yang sama yaitu jasa cuci pakaian dan non pakaian (*laundry*). Oleh karena itu, masih banyak peluang yang terbuka untuk pesaing baru. Hal ini dikarenakan *skill* dan *knowledge* yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha ini tidak terlalu sulit, sehingga ancaman pendatang baru terhadap *laundry* King Wash semakin tinggi.

2. Pesaing sejenis dalam industri

Intensitas persaingan antar perusahaan saingan di bisnis jasa *laundry* cenderung meningkat ketika jumlah pesaing bertambah, ketika pesaing lebih setara dalam hal ukuran dan kapabilitas, ketika konsumen dapat beralih *merk* dengan mudah. Maka, ancaman pesaing sejenis tinggi terhadap *laundry* King Wash.



3. Daya tawar pembeli

Daya tawar pembeli akan menjadi lebih tinggi apabila produk atau jasa yang dibeli tidak terdiferensiasi. Jika demikian konsumen akan sering dapat menegosiasikan harga jual, garansi, dan paket-paket aksesoris. Dalam hal ini, daya tawar pembeli tinggi karena pembeli bisa mencari tempat lain jika *laundry* King Wash tidak mampu memberikan penawaran menarik seperti layanan antar jemput gratis dan pemberian *souvenir* menarik dan promo-promo yang up to date yang mana hal ini menjadi keunggulan tersendiri bagi *laundry* King Wash

4. Ancaman produk/jasa pengganti

Di banyak industri, perusahaan akan bersaing dengan produsen produk/jasa pengganti di industri lain. Tekanan dari persaingan meningkat jika harga relatif produk/jasa pengganti tersebut turun dan biaya peralihan konsumen juga menurun. Dalam hal ini, ancaman jasa pengganti terhadap jasa *laundry* masih rendah karena belum ada jasa sejenis yang dapat menggantikan jasa *laundry* kecuali mencuci sendiri di rumah.

5. Daya tawar pemasok

Daya tawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industri, khususnya ketika terdapat sejumlah besar pemasok, atau ketika hanya terdapat sedikit bahan mentah pengganti yang bagus, atau ketika biaya peralihan ke bahan mentah lain sangat tinggi. Dalam hal ini, ada banyak terdapat sejumlah *supplier* peralatan dan perlengkapan *laundry* dengan kualitas yang hampir sama. Oleh karena itu, daya tawar pemasok bisnis *laundry* rendah sehingga biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli peralatan dan perlengkapan juga rendah.



Tabel 2.5

5 Force's Porter Bisnis Laundry King Wash

Kekuatan	Indikator	Intensitas Persaingan	Pengaruh
Potensi masuknya pesaing baru	Modal yang diperlukan untuk membuka bisnis ini sedikit.	Tinggi	Ancaman
Pesaing sejenis dalam industri	Sudah ada beberapa pesaing sejenis yang menawarkan jasa yang relatif sama.	Tinggi	Ancaman
Daya tawar pembeli	<i>Laundry King Wash</i> memiliki layanan <i>delivery</i> dan promo yang <i>up to date</i>	Tinggi	Ancaman
Ancaman produk/jasa pengganti	Belum ada jasa substitusi pengganti <i>laundry</i>	Rendah	Peluang
Daya tawar pemasok	Banyak tersedia <i>supplier</i> peralatan dan perlengkapan <i>laundry</i>	Rendah	Peluang

Berikut adalah pesaing di jasa bisnis *laundry* yang dekat dengan King Wash:

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

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Table 2.6

Eksistensi Antara Pesaing dari Laundry King Wash

Variabel Pemanding	Q'Rin	Fast and Fresh	Laundrette
Lokasi outlet	Jl. H. Agus Salim No. 69B, Menteng	Komp. Merpati Jl. Angkasa I / 18. Jakarta Pusat	Jl. Gunung Sahari Raya No. 59 Golden Truly
Jam operasional	Senin-Sabtu(08.00-18.00)	Senin-Sabtu (08:00 - 18:00)	Senin-Minggu (09.00-20.00)
Jumlah Karyawan	10	10	15-20
Jasa yang ditawarkan	Laundry satuan & kiloan	Laundry kiloan	Laundry satuan & drycleaning
Kisaran Harga	Rp10.000-Rp 27.000	Rp 7000-Rp10.000	Rp 12.000-Rp 35.000
Layanan antar jemput	ada	ada	ada
Waktu Pengerjaan	1-2hari	1-2hari	1-2 hari

Penulis mendapat memperoleh informasi tentang pesaing melalui :

- Menelpon langsung ke *outlet* pesaing
- Melakukan observasi ke lokasi *outlet* pesaing

Berdasarkan tabel eksistensi pesaing dari *laundry* King Wash, maka dibawah ini akan diperlihatkan posisi pesaing dibandingkan dengan *laundry* King Wash

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Tabel 2.7

Perbandingan Antara Pesaing dari *Laundry King Wash*

Variabel Pemanding	Q'rin	Fast and Fresh	Laundrette
Lokasi outlet	Jl. H. Agus Salim No. 69B, Menteng	Komp. Merpati Jl. Angkasa I / 18. Jakarta Pusat	Jl. Gunung Sahari Raya No. 59 Golden Truly
Jam operasional	lebih cepat daripada <i>laundry King Wash</i>	Lebih cepat daripada <i>laundry King Wash</i>	Lebih cepat daripada <i>laundry King Wash</i>
Jumlah Karyawan	Lebih banyak daripada <i>laundry King Wash</i>	Lebih banyak daripada <i>laundry King Wash</i>	Lebih banyak daripada <i>laundry King Wash</i>
Jasa yang ditawarkan	Menawarkan jasa yang sama di <i>laundry</i> , ada jasa yang satuan dan kiloan	Menawarkan jasa yang sama di <i>laundry</i> ada jasa yaitu kiloan saja	Menawarkan jasa yang sama di <i>laundry</i> yaitu satuan dan <i>drycleaning</i>
Kisaran Harga	Lebih mahal	Relatif sama dengan <i>laundry King Wash</i>	Lebih Mahal
Layanan antar jemput	ada	ada	ada
Waktu Pengerjaan	Sama cepat	Sama cepat	Sama cepat

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

C. Ramalan Industri dan Pasar

Para pebisnis dan perusahaan biasanya berupaya untuk menciptakan bisnis berdasarkan kebutuhan yang belum terpenuhi. Untuk itu, sebelum meramal industri dan

pasar, maka sebelumnya perlu untuk mengetahui apa kebutuhan dan tren yang sedang berlangsung. Menurut Kotler dan Keller (2009:95), “tren adalah arah atau urutan peristiwa-peristiwa khusus yang memiliki beberapa momentum dan mampu bertahan lama. Tren mengungkapkan bentuk masa depan dan memberikan banyak peluang.” Oleh karena itu, dengan melihat kebutuhan dan tren yang ada seorang pebisnis dapat memanfaatkan industri dan pasar yang direbut.

Secara tradisional, pasar adalah tempat fisik dimana para pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Sedangkan para pemasar menggunakan istilah pasar untuk meliputi berbagai pengelompokan pelanggan, penjual membentuk industri dan pembeli membentuk pasar (Kotler & Keller, 2009:12).

Menurut Cravens dan Piercy (2009:48), “*markets are increasingly complex, turbulent, and interrelated, creating challenges for managers in understanding market structure and identifying opportunities for growth*” yang artinya pasar semakin kompleks, turbulen, dan saling terkait menciptakan tantangan bagi manager agar memahami struktur pasar dan mengidentifikasi peluang bagi pertumbuhan.”

Kebutuhan masyarakat akan jasa mencuci pakaian sangat tinggi hal ini dikarenakan kurangnya tenaga asisten rumah tangga yang ada. Selain itu, seperti yang dapat dilihat jasa *laundry* menjadi tren karena di ibukota sudah sangat menjamur dengan berbagai varian yang ditawarkan mulai dari *laundry* satuan, kiloan, dan *dryclean*.

Meramal Industri dan pasar dari bisnis *laundry* King Wash harus memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar sasaran. Sangat sedikit produk atau jasa yang dapat diramalkan. Dan yang biasanya yang dapat diramalkan adalah produk atau jasa dengan penjualan stabil atau pertumbuhan penjualan yang stabil dalam situasi persaingan yang stabil. Tetapi pada sebagian pasar, permintaan secara keseluruhan dan



permintaan perusahaan tidaklah stabil. Oleh karena itu, peramalan yang baik menjadi kunci sukses dari perusahaan.

Dengan demikian, ukuran pasar bergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan dan keinginan, memiliki sumber daya yang menarik pihak lain, serta bersedia dan mampu menawarkan sumber daya ini untuk ditukar dengan apa yang mereka inginkan.

Prospek bisnis *laundry* King Wash sangat potensial. Hal ini dapat dilihat pada sub bab III A. Gambaran Masa Depan, telah dirinci mengenai sasaran pasar *laundry* King Wash adalah penduduk kota Jakarta Pusat dan sekitarnya yang terutama rumah tangga dengan individu berusia 20 tahun ke atas. Selain itu, pasar potensial yaitu pasar rumah tangga dapat dilihat perkembangan pertumbuhannya pada tabel 2.1. Sedangkan ramalan perkembangan industri jasa dapat dilihat pada tabel 2.4

D. Analisis CPM

Menurut David (2013:113), "*Competitive Profile Matrix* merupakan alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing utama industri. Alat ini berupa matriks yang akan menampilkan gambaran jelas bagi perusahaan tentang faktor-faktor keberhasilan mereka yang kuat dan titik kelemahan yang relatif terhadap pesaing mereka (dengan skor 4=kekuatan mayor, 3=kekuatan minor, 2=kelemahan minor, dan 1=kelemahan mayor). Faktor keberhasilan penting dalam *CPM* mencakup isu-isu internal dan eksternal." Pada matriks di bawah ini akan ditampilkan perbandingan faktor-faktor keberhasilan *laundry* King Wash dengan pesaing sejenis yaitu Q'Rin, Fast and Fresh, dan Laundrette.

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 2.8

Competitive Profile Matrix

Faktor-Faktor Keberhasilan Penting	Bobot	King Wash (rencana)		Q'Rin		Fast and Fresh		Laundrette	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Promosi	0,10	2	0,20	2	0,20	3	0,30	3	0,30
Fasilitas pendukung (layanan antar jemput)	0,20	4	0,80	3	0,60	3	0,60	2	0,40
Kualitas SDM	0,10	2	0,20	3	0,30	3	0,30	4	0,40
Daya Dukung (mesin digunakan)	0,20	3	0,60	3	0,60	3	0,60	2	0,40
Teknologi (mesin digunakan)	0,10	2	0,20	2	0,20	2	0,20	4	0,40
Lokasi, Outlet	0,20	3	0,60	2	0,40	3	0,60	3	0,60
Brand Image	0,10	1	0,10	2	0,20	2	0,20	4	0,40
Total	1,00		2,70		2,50		2,80		2,90

Faktor yang menjadi keunggulan krusial pada *laundry* King Wash dibandingkan dengan para pesaingnya adalah layanan antar jemput (skor bobot= 0,80) .

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa *laundry* King Wash sedikit lebih baik dari salah satu pesaingnya dengan skor total 2,70. Namun, dengan keunggulan tersebut masih ada beberapa faktor yang perlu diperbaiki seperti kualitas SDM (sumber daya manusia), teknologi yang digunakan dan juga *brand image*.

E. Analisis SWOT

Analisa SWOT merupakan analisis faktor internal (*Strengths* dan *Weaknesses*) dan eksternal (*Opportunities* dan *Threats*) perusahaan yang dapat digunakan untuk



merumuskan strategi. Berikut ini adalah analisis kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dari *laundry King Wash* :

1. Kekuatan (*Strengths*)

- a. Lokasinya yang strategis dan berada di pusat pemukiman penduduk di daerah Pasar baru yang sangat mudah dijangkau oleh masyarakat di daerah Jakarta pusat.
- b. Adanya layanan antar jemput secara gratis dan juga pemberian *souvenir* dengan syarat dan ketentuan berlaku.
- c. Harga yang ditawarkan oleh *laundry King Wash* juga relatif murah dengan menyediakan jasa paket yang sangat menarik, sehingga konsumen tidak perlu lagi repot dalam masalah mencuci.
- d. Menggunakan detergen ramah lingkungan (*eco green detergent*) dan bisa pilih aroma dari berbagai pilihan yang ada.
- e. Hasil mencuci yang cepat dan terjamin kualitasnya.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

- a. *Brand* yang belum dikenal orang.
- b. Teknologi mesin yang sederhana
- c. Rendahnya kualitas sumber daya manusia.

3. Peluang (*Opportunities*)

- a. Permintaan jasa yang masih sangat besar karena adanya tingkat kesibukan masyarakat tidak hanya laki-laki tetapi juga wanita diluar rumah sehingga membutuhkan jasa cuci pakaian dan non pakaian yang praktis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



- b. Selain itu, di daerah Pasar baru dengan penduduk yang padat belum banyak jasa laundry disekitar daerah tersebut.

Adanya perubahan iklim dan cuaca yang tidak menentu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman dapat datang dari pesaing baru yang sudah punya nama dan membuka di lokasi yang tidak jauh dari *outlet laundry* King Wash

Selain itu, pemadaman listrik juga menjadi kekhawatiran sendiri bagi bisnis ini karena memerlukan daya listrik yang cukup besar.

Menurut David (2013:206), “Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting untuk membantu para manager dalam mengembangkan empat jenis strategi yang dapat dilihat pada table 2.9, yaitu :

1. Strategi SO (*Strengths- Opportunity*)

Strategi yang menggunakan kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang.

2. Strategi WO (*Weaknesses- Opportunity*)

Strategi yang memanfaatkan peluang untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki.

3. Strategi ST (*Strengths- Threats*)

Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada.

4. Strategi WT (*Weaknesses- Threats*)

Strategi yang berusaha meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

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 2.9

Matriks SWOT Laundry King Wash

Internal Eksternal Peluang (O) Ancaman (T)	Kekuatan (S) 1. Lokasi yang strategis 2. Layanan antar jemput 3. Harga yang terjangkau 4. Menggunakan detergen ramah lingkungan (<i>eco green detergent</i>) 5. Hasil yang cepat dan berkualitas	Kelemahan (W) 1. <i>Brand image</i> yang belum dikenal 2. Teknologi mesin yang sederhana 3. Rendahnya kualitas SDM
Internal Eksternal Peluang (O) Ancaman (T)	Strategi SO 1. Melakukan pemasaran gencar dengan menyebar brosur ke sekitar lokasi pendirian usaha (S1, O2) 2. Menyediakan layanan antar jemput yang konsisten setiap pagi dimulai pukul 08.00 (S2, O1,O2, O3,O4) 3. Memberi promo menarik seperti pemberian <i>souvenir</i> dan <i>membercard</i> (S3, O1, O2) 4. Memberi beberapa pilihan aroma yang berbeda (S4,O1,O2,O3)	Strategi WO 1. Memasang iklan berupa spanduk di sekitar lokasi <i>outlet</i> (W1, O3) 2. Memasang nama brand di kendaraan antar jemput (W1, O1,O2,O3) 3. Menggunakan mesin yang lebih canggih dan menambah jumlah mesin cuci. (W2, O1)
Internal Eksternal Peluang (O) Ancaman (T)	Strategi ST 1. Melakukan promosi supaya lebih dikenal masyarakat (S1, T1) 2. Memperbanyak armada antar jemput untuk mencukupi permintaan (S1, S2, T1)	Strategi WT 1. Konsisten dalam kualitas layanan agar menimbulkan loyalitas konsumen (W1,T1) 2. Menggunakan mesin genset untuk menghindari hambatan operasional (W2, T2)

©

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.