

## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Analisis pesaing merupakan suatu analisis yang harus dilakukan oleh seorang pelaku bisnis karena dengan analisis industri pesaing, pelaku bisnis dapat mengetahui keberadaan pesaing atau kompetitor dan bahkan mengetahui kegiatan bisnis dari pesaing. Keberadaan pesaing merupakan suatu kondisi atau keadaan yang tidak dapat dicegah dalam sebuah bisnis. Analisis industri pesaing memiliki tujuan untuk mengidentifikasi pesaing dan menganalisis strategi bisnis pesaing, guna untuk melihat kekuatan dan kelemahan dari pesaing. Selain itu analisis industri pesaing juga berguna untuk menemukan peluang dan ancaman jangka pendek dan jangka panjang terhadap bisnis yang akan dibuat.

Dengan adanya analisis industri pesaing seorang pelaku usaha atau pemilik bisnis dapat menentukan langkah atau strategi yang harus diambil dalam menjalankan bisnisnya. Tidak hanya itu saja, seorang pelaku bisnis atau seorang pemilik bisnis juga dapat memahami mengenai kondisi pasar yang ada dan kondisi penilaian pelanggan mengenai pesaing yang ada. Selain itu dengan adanya analisis industri pesaing, pemilik bisnis pun dapat menemukan sebuah ide yang bagus tentang apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh pelanggan dan bagaimana cara menjualnya kepada pelanggan tersebut.

#### A. Trend Pertumbuhan Bisnis

Menurut situs *website* mengenai kondisi bisnis EO di Indonesia “Bisnis atau usaha *Event Organizer* dalam beberapa tahun belakangan ini memang sedang mengalami kemajuan yang cukup pesat, hal ini dilihat dari meningkatnya minat masyarakat Indonesia terhadap sebuah perayaan. Hal ini disebabkan karena gaya hidup masyarakat Indonesia yang mulai bergeser, yang semulanya memiliki gaya hidup sederhana kini mulai bergeser.





Seperti halnya ketika seorang anak berulang tahun, ketika zaman dahulu sangatlah sedikit anak yang merayakan sebuah pesta ulang tahun tetapi berbeda untuk sekarang ini, hampir sebagian anak di Indonesia ini selalu meminta sebuah perayaan ulang tahun terutama ketika berumur 17 tahun. Tidak hanya melihat dari gaya hidup masyarakat Indonesia saja tapi, untuk jenis perayaannya saja di Indonesia ini sangatlah banyak.

Meski memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi, pelaku usaha *event organizer* membutuhkan dukungan pemerintah untuk dapat lebih berdaya saing. Founder Backstagers Indonesia Krisnanto Sutrisman mengatakan industri *event organizer* memiliki pertumbuhan sekitar 15% hingga 20% dengan nilai industri lebih dari Rp500 triliun. Saat ini sudah ada sekitar 4.000 pelaku usaha dengan serapan tenaga kerja formal sekitar 40.000 orang.

"Industri ini sangat menggiurkan. Pertumbuhannya sangat signifikan, tetapi tanpa dukungan pemerintah kami masih terseok-seok," ucapnya, Rabu (13/2/2019).

Adapun, Backstagers Indonesia merupakan perkumpulan dari 240 pelaku usaha EO. perkumpulan terbentuk sejak 4 tahun lalu. Dia menjelaskan, industri *event organizer* saat ini masih belum tergarap seluruhnya. Masih banyak acara-acara di daerah yang memiliki potensi untuk digarap. Acara di daerah bukan hanya konser ataupun acara konser musik, tetapi acara olahraga, pentas seni, hingga festival tradisional daerah.

Bahkan, dengan jaringan komunikasi yang semakin baik saat ini, banyak pemilik acara luar negeri yang sudah memperhitungkan Indonesia sebagai tempat penyelenggaraan acara.

"Jadi kalau dibilang kesempatan untuk berkembang pasti luas sekali. Masih banyak harta karun yang bisa digali."

Akan tetapi, Krisnanto mengeluhkan kompetensi pelaku usaha yang belum merata di setiap kota. Hal tersebut membuat acara lebih terpusat di kota-kota besar. Sementara itu,

Hak cipta milik IBI KKG (Institusi 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.



pelaku usaha di luar kota juga memiliki keterbatasan untuk menggarap acara yang begitu besar ini. Perkumpulan sudah melakukan edukasi terhadap para EO di daerah. Namun

dikarenakan keterbatasan waktu dan kemampuan finansial, program ini masih belum bisa maksimal.

"Kami kerjanya 7 hari 24 jam. Kegiatan ini harusnya pemerintah yang lebih aktif," ucapnya."

Sumber : <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190213/12/888451/industri-event-organizer-diproeksi-tumbuh-20-tahun-ini>

### B. Analisis Pesaing

Menurut Kotler dan Keller (2009a:324), setelah perusahaan mengidentifikasi pesaing utamanya, perusahaan harus menentukan strategi, tujuan, kekuatan, dan kelemahan mereka.

Analisis pesaing adalah suatu analisis yang dilakukan oleh perusahaan guna untuk mengenali dan menilai pesaing yang akan dihadapi. Bahkan dengan analisis ini juga dapat mengetahui mengenai kekuatan dan kelemahan dari pesaing, sehingga hal tersebut sangatlah berguna untuk memilih pesaing mana akan diserang atau dihindari . Analisis ini dilakukan karena memiliki tujuan untuk membuat sebuah strategi yang lebih baik dari pesaing dan bahkan untuk memenangkan suatu persaingan dengan pesaing lain.

Berikut daftar pesaing dari EO APP :

#### 1. Aplikasi *Bridestory* WO

- a. Jenis Jasa : Aplikasi *E-commerce* WO
- b. Segmentasi Harga : *Middle High*
- c. Lokasi : Lantai 17 Tokopedia Tower Ciputra World, Jl. Prof. DR. Satrio No.2, RT.3/RW.3, Karet Semanggi, Setiabudi, South Jakarta City, Jakarta 12950

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



- d. Tahun Berdiri : 2014
- e. Website : www.bridestory.com
- f. Instagram : thebridestory

**Tabel 3.1**  
**Analisis Pesaing**

PESAIK	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
<b>Bridestory</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sudah berpengalaman.</li> <li>- Sudah cukup dikenal oleh masyarakat.</li> <li>- Sudah banyak pegiat usaha yang bekerjasama.</li> <li>- Sudah bekerjasama dengan tokopedia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promosi yang masih kurang.</li> </ul>

Sumber : Hasil Observasi Penulis

### C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan sebuah analisis eksternal perusahaan, untuk dapat memberikan gambaran mengenai kesempatan yang ada di pasar dan juga ancaman yang harus dihindari. Analisis ini dibuat untuk dapat menggali potensi yang bisa didapatkan dari bisnis. PO APP Kekuatan eksternal PESTEL dibagi menjadi enam kategori, yaitu:

#### 1. Politik

Politik merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam sebuah aktivitas bisnis, terutama di Indonesia. Keadaan politik suatu negara dapat memberikan sebuah dampak yang dapat mempengaruhi aktivitas bisnis pada suatu perusahaan. Dampak tersebut dapat menjadi sebuah ancaman dan bahkan dapat menjadi sebuah peluang bagi pelaku bisnis.

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

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



Faktor politik sangat penting untuk diketahui oleh para pelaku bisnis, karena ini

sangat mempengaruhi pendirian suatu usaha. Faktor politik tersebut diantaranya seperti, peraturan-peraturan pemerintah, dorongan pemerintah untuk membantu meningkatkan ekonomi Negara, dan masih banyak yang lainnya. Faktor tersebut sangatlah penting untuk dipahami, agar pelaku bisnis dapat melihat sebuah peluang. Seorang pebisnis harus selalu memperhatikan suatu keadaan dan kegiatan politik sekitar.

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

### Gambar 3.1

#### Dukungan Pemerintah untuk Wirausaha Baru

Indonesia Butuh 4 Juta Wirausaha Baru untuk Menjadi Negara Maju

Jumat, 23 Nopember 2018



Indonesia membutuhkan sedikitnya 4 juta wirausaha baru untuk turut mendorong penguatan struktur ekonomi. Sebab, saat ini rasio wirausaha di dalam negeri masih sekitar 3,1 persen dari total populasi penduduk.

"Maka itu, agar Indonesia menjadi negara maju, pemerintah terus memacu pertumbuhan wirausaha

termasuk industri kecil dan menengah (IKM), sekaligus meningkatkan produktivitas dan daya saingnya di era digital," kata Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto pada acara Pesta Retail Nasional di ICE BSD, Tangerang, Kamis (22/11) malam.

Meskipun rasio wirausaha di Indonesia sudah melampaui standar internasional, yakni sebesar 2 persen, Indonesia perlu menggenjot lagi untuk mengejar capaian negara tetangga. Misalnya, Singapura saat ini sudah mencapai angka 7 persen, sedangkan Malaysia berada di level 5 persen. Apabila dihitung dengan populasi penduduk Indonesia sekitar 260 juta jiwa, jumlah wirausaha nasional mencapai 8,06 juta jiwa.

Sumber : <https://kemenperin.go.id/artikel/19926/Indonesia-Butuh-4-Juta-Wirausaha-Baru-untuk-Menjadi-Negara-Maju>

Gambar tersebut menunjukkan bahwa politik Indonesia pada saat ini sangat membantu para pelaku bisnis guna untuk mendorong pertumbuhan usaha atau bisnis baru, demi meningkatkan pertumbuhan negara. Hal ini merupakan suatu keadaan yang cukup menguntungkan bagi para pelaku bisnis baru, karena hal ini membantu untuk mendorong dan menjadi sebuah peluang bagi usaha EO APP.



## 2. Ekonomi

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

Faktor ekonomi sangat penting bagi pelaku bisnis, karena dalam setiap bisnis faktor ekonomi akan sangat berpengaruh terhadap bisnis tersebut. Faktor ekonomi akan memiliki peran yang sangat penting dalam menjalankan suatu bisnis dan bahkan ketika akan mendirikan sebuah usaha. Dikala perekonomian suatu negara sedang baik, maka daya beli masyarakat pun akan cenderung baik. Jika masyarakat memiliki daya beli yang baik, maka hal ini akan menguntungkan bagi suatu negara dan bahkan bagi para pelaku bisnis. Namun apabila terjadi sebaliknya, maka hal tersebut tidak akan terlalu baik bagi para pelaku bisnis. Disebabkan karena kurangnya daya beli masyarakat, yang mengakibatkan arus perputaran barang dan uang sedikit terhambat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### Gambar 3.2

#### Pertumbuhan Ekonomi Kuartal I/2021

Ekonom memperkirakan, ekonomi Indonesia pada kuartal pertama 2021 masih akan berada pada fase resesi. Artinya, pertumbuhan ekonomi pada periode tersebut masih akan tercatat negatif.

BPS akan mengumumkan produk domestik bruto (PDB) kuartal I/2021 pada 5 Mei, yang mana berdasarkan perhitungan kami masih akan berkontraksi -1,63 persen yoy," kata Kepala Ekonom Bank Danamon Wisnu Wardhana.

Menurutnya, berdasarkan data BPS terbaru, di mana laju inflasi pada Maret 2021 tercatat sebesar 0,13 persen secara bulanan, masih menunjukkan kegiatan ekonomi belum kembali normal seperti sebelum terjadi pandemi Covid-19.

Sumber : <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210504/9/1390108/besok-bps-umumkan-pertumbuhan-ekonomi-kuartal-i2021-ini-proyeksi-ekonom>

Melihat pertumbuhan ekonomi yang terjadi di Indonesia, maka dapat dipastikan bahwa daya beli masyarakat sedang mengalami perbaikan. Dilihat dari menurunnya

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.



tingkat inflasi yang semula berada pada angka -5,32 % sampai sekarang menjadi 0,13, maka hal tersebut telah menunjukkan bahwa Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang cukup baik. Walaupun angka tersebut masih menunjukkan bahwa kegiatan ekonomi masih belum kembali normal. Namun hal tersebut merupakan sebuah kabar yang cukup baik bagi para pelaku bisnis, karena ekonomi Indonesia sedang berada dalam fase membaik. Hal tersebut merupakan sebuah peluang bagi usaha baru termasuk bisnis aplikasi EO APP.

### 3. Sosial

Faktor sosial sangatlah penting bagi para pelaku bisnis, karena keadaan sosial akan memberikan sebuah dampak yang cukup besar bagi para pelaku bisnis. Sebuah keadaan sosial dapat dicontohkan dengan sebuah kebiasaan atau sebuah gaya hidup dalam suatu kelompok masyarakat. Kebiasaan masyarakat ini dapat disebabkan oleh gaya hidup yang selalu memperhatikan sebuah trend yang sedang berlangsung. Hal ini akan terus berubah dari waktu ke waktu, karena adanya arus global yang masuk ke masyarakat kita. Hal ini juga disebabkan karena perkembangan teknologi dizaman sekarang ini, yang dimana masyarakat akan menggunakan aplikasi sosial medianya guna untuk melihat perkembangan trend dari masa ke masa.

Dengan adanya sebuah kebiasaan masyarakat yang selalu memperhatikan trend terkini, maka hal tersebut memberikan sebuah peluang bagi bisnis aplikasi EO APP. Disebabkan karena masyarakat di zaman sekarang ini segala sesuatu yang terkait dalam sebuah acara perayaan, maka masyarakat akan berusaha agar acara tersebut dirayakan dengan sebaik mungkin.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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





#### 4. Teknologi

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

Faktor teknologi merupakan faktor yang tidak kalah penting, dikarenakan teknologi akan selalu mengalami peningkatan dari zaman ke zaman. Alasan mengapa teknologi sangat penting bagi sebuah bisnis adalah karena apabila teknologi dapat dimanfaatkan dengan maksimal, maka akan mempermudah dan membuat sebuah bisnis tersebut menjadi lebih baik.

Untuk Indonesia sendiri sekarang ini sedang ramai mengenai perpindahan industri ritel ke aplikasi. Saat ini para pelaku bisnis sedang berlomba-lomba untuk meningkatkan penjualannya dengan membuat sebuah aplikasi. Dan bahkan perusahaan yang bergerak di bidang penyalur tenaga kerja telah memanfaatkan sebuah kemajuan teknologi.

Dengan adanya perkembangan teknologi, maka EO APP pun memanfaatkan kesempatan tersebut. EO APP membuat sebuah aplikasi EO yang dimana berguna untuk memudahkan masyarakat membuat suatu perayaan.

#### 5. *Environment* (Lingkungan)

Faktor lingkungan merupakan faktor yang mengacu pada bagaimana manusia berinteraksi dengan lingkungan fisik. Pada umumnya berkaitan dengan polusi dan hilangnya habitat dan keanekaragaman hayati. Oleh sebab itu tanggung jawab terhadap lingkungan sejatinya haruslah dipatuhi. Hal tersebut dikarenakan perubahan lingkungan akan berdampak cukup besar yang pada produk, jasa, pasar, dan pelanggan. Faktor lingkungan sangat berguna bagi pelaku bisnis untuk melakukan perencanaan strategis dan berguna untuk seorang pelaku bisnis terhadap keputusan pemilihan lokasi.

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.





Tujuan dari analisis lingkungan adalah untuk menentukan suatu lokasi yang baik, aman dan strategis. Pemilihan lokasi perusahaan aplikasi EO APP sangat strategis dan juga baik bagi lingkungan sekitar, karena tidak menimbulkan limbah yang berbahaya bagi masyarakat sekitar. Dan lokasi terletak di pinggir jalan, yang dimana orang-orang dapat dengan mudah melihat kantor aplikasi EO APP.

## 6. Legal

Hukum atau kebijakan suatu negara adalah sesuatu yang harus ditaati oleh setiap pelaku bisnis. Seorang pelaku bisnis dalam mendirikan suatu bisnis tentunya harus memperhatikan segala peraturan yang berlaku di dalam suatu negara. Dalam mendirikan suatu usaha diharuskan memperhatikan beberapa dalam pendirian usaha.

Dalam melakukan usaha, biasanya para pelaku usaha atau pemilik usaha akan sangat terikat dengan perizinan berusaha. Pada zaman dahulu melakukan perizinan sangatlah sulit dan membutuhkan waktu yang cukup lama. Sehingga sangat banyak para pelaku usaha yang tidak mengurus perizinan usahanya, namun kondisinya berbeda untuk saat ini. Hal tersebut dikarenakan pemerintah telah menyediakan sebuah website yang dapat membantu para pelaku bisnis untuk mengurus perizinan. Website tersebut memiliki nama OSS (*Online Single Submission*) yang berguna untuk mempermudah para pelaku bisnis dalam mengurus perizinannya.

Dalam *web* OSS tersebut terdapat platform pendaftaran NIB (Nomor Induk Berusaha), yang dimana NIB ini memiliki fungsi sebagai identitas pelaku usaha. Namun tidak hanya itu saja, NIB tersebut memiliki fungsi sebagai tanda daftar perusahaan atau TDP, dan juga NIB dapat berguna sebagai angka pengenal Impor atau API jika pelaku usaha bergerak dalam bidang kegiatan impor, dan bahkan dapat

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.



berperan sebagai akses kepabeanaan apabila pelaku usaha tersebut melakukan kegiatan ekspor atau impor barang.

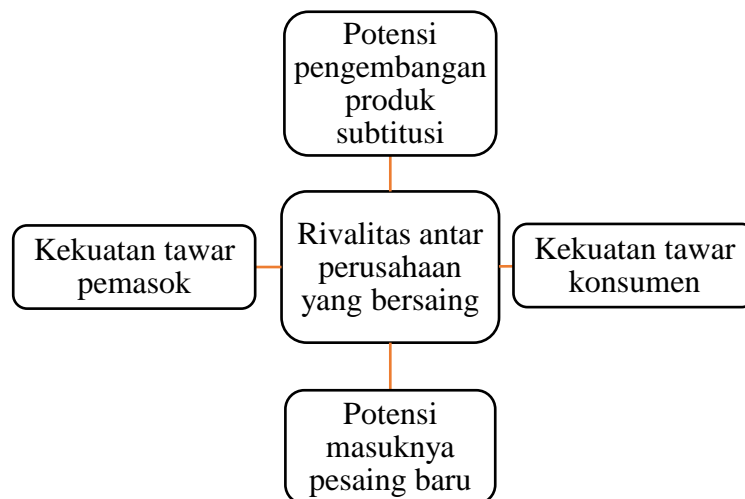
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Beberapa surat perizinan yang harus diperhatikan oleh perusahaan EO APP untuk mendirikan suatu usaha seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Izin Tempat Usaha (SITU)/Izin Gangguan (HO), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) Pemilik, Kartu Identitas Pemilik, IMB dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) (Sekarang diganti menjadi Nomor Induk Berusaha). Hal ini dapat menjalankan usahanya dengan baik tanpa ada masalah perizinan saat menjalankan usahanya.

**D Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Pesaingan Model Porter (*Porter Five Forces Business Model*)**

Menurut David dan David (2019:59), Analisis Pesaing Lima Kekuatan Pesaingan Model Porter (*Porter Five Forces Business Model*) adalah pendekatan kompetitif yang secara luas digunakan untuk mengembangkan strategi dalam banyak industri.

**Gambar 3.3**  
**Model Lima Kekuatan dari Kompetisi**



Sumber : David dan David (2019:60), Manajemen Strategik

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



## 1. *Potential Entry of New Competitors (Potensi Masuknya Pesaing Baru)*

Ⓒ **Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**  
Potensi datangnya pesaing baru merupakan sesuatu hal yang umum terjadi pada suatu perusahaan, terlebih lagi di Indonesia. Suatu usaha atau bisnis yang sedang naik daun atau sedang di minati oleh banyak orang, pasti akan menghadapi para pesaing baru. Pesaing baru tersebut biasanya berada didalam industri atau pasar yang sama. Hal bisa menjadi sebuah ancaman bagi sebuah perusahaan yang telah dahulu berada di pasar tersebut. Oleh karena itu sebaiknya sebuah perusahaan selalu melakukan sebuah inovasi terhadap bisnisnya, agar ancaman tersebut tidak berpengaruh terhadap perusahaan.

EO APP pasti akan memiliki baru selain dari para kompetitor yang sudah ada dari semulanya. Oleh karena itu EO APP harus selalu melakukan sebuah terobosan baru atau harus selalu berinovasi terhadap produk yang ada, agar EO APP tidak jatuh dan kalah ketika bersaing dengan para kompetitor.

## 2. *Bargaining Power of Consumers (Kekuatan Tawar Konsumen)*

Seorang konsumen akan menentukan produk atau jasa yang akan dipilihnya dengan selalu memperhatikan beberapa aspek seperti harga, kualitas, promosi, fasilitas, dan lain-lain. Daya tawar konsumen terhadap aplikasi EO APP akan selalu menguat apabila tersedia banyak alternatif lain. Keberadaan pesaing yang menawarkan produk dengan kualitas lebih baik tetapi dengan harga lebih rendah merupakan sesuatu hal yang cukup membahayakan.

Dalam bisnis EO APP, kekuatan konsumen dapat dikatakan kuat. Hal ini terjadi karena konsumen dapat dengan mudah untuk menggunakan jasa kompetitor yang lain. Apalagi aplikasi EO APP merupakan suatu aplikasi yang masih baru, dan belum dikenal oleh masyarakat luas. Walaupun hal ini merupakan suatu ancaman,

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.



tetapi penulis yakin dan percaya bahwa EO APP akan dapat bersealing dengan para kompetitor.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### 3. *Potential Development of Substitute Products* (Potensi Pengembangan Produk Substitusi / Pengganti)

Setiap produk dan jasa yang telah tercipta pasti akan memiliki sebuah produk pengganti. Apalagi dibidang teknologi seperti aplikasi EO APP, pasti akan memiliki produk pengganti. Hal ini disebabkan karena sebuah bisnis yang berbasis teknologi akan tergerus oleh perkembangan zaman, contohnya seperti industri ritel yang berada di Indonesia. Pada zaman sekarang sudah banyak industri retail yang beralih untuk membuat sebuah aplikasi atau bergabung dengan *e-commerce* yang ada. Hal ini terjadi karena para pelaku usaha industri retail ingin terus meningkatkan penjualan dan ingin tetap bertahan di bisnisnya tersebut.

Untuk perusahaan aplikasi penyedia jasa EO seperti aplikasi EO APP sendiri, pada zaman sekarang ini produk substitusinya dapat dikatakan rendah. Hal ini disebabkan aplikasi merupakan hal yang masih digemari oleh masyarakat, karena aplikasi dapat mempermudah segala akses masyarakat. Hal ini hanya bertahan untuk sementara, karena untuk zaman yang akan datang dapat dipastikan akan muncul lagi perkembangan teknologi lainnya. Hal ini akan menjadikan sebuah ancaman bagi perusahaan aplikasi EO APP, jika pihak perusahaan tidak dapat mengikuti perkembangan.

### 4. *Bargaining Power of Suppliers* (Kekuatan Tawar Pemasok)

Bisnis penyedia jasa EO dan pendukung lainnya ini memiliki daya tawar yang cukup tinggi dari pemasok. Hal ini disebabkan karena sulitnya untuk mengajak kerjasama dengan para pemasok, tetapi bisa terjadi sebaliknya apabila pihak

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.



perusahaan EO APP terus melakukan promosi. Dengan melakukan promosi secara terus menerus dan juga konsisten, hal ini dapat menyebabkan suatu keyakinan kepada para konsumen dan membuat para pemasok tertarik untuk melakukan kerjasama.

### 5. *Rivalry Among Competing Firms* (Rivalitas Antar Perusahaan yang Bersaing)

Tingginya tingkat suatu persaingan ditunjukkan dengan banyaknya para pesaing didalam suatu industri. Oleh karena itu, semakin banyak para pesaing maka semakin tinggi juga persaingan di dalam industri tersebut. Pemilihan strategi merupakan suatu hal yang penting. Hal ini dikarenakan semakin baik suatu strategi maka semakin besar juga peluang memenangkan persaingan.

EO APP berada dalam sebuah persaingan yang ketat. Hal ini disebabkan banyaknya para EO offline dan para pegiat lainnya yang telah memiliki nama yang baik, dan juga telah banyak dikenal oleh banyak masyarakat. Walaupun memiliki banyak pesaing. Penulis yakin bahwa aplikasi EO APP dapat bersaing dipasar, karena bisnis yang akan dilakukan ini memiliki perbedaan dari yang lain. Oleh sebab itu panulis cukup yakin, tinggal mengatur strategi agar aplikasi ini dapat dikenal oleh banyak masyarakat.

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

Menurut David dan David (2019:66), Matriks Profil Pesaing (*Competitive Profile Matrix*) mengidentifikasi pesaing utama perusahaan serta kekuatan dan kelemahan pesaing tertentu terkait posisi strategis perusahaan. Analisis CPM merupakan suatu alat analisis yang berguna untuk membantu perusahaan dalam mengidentifikasi pesaing-pesaing. Kegunaan lainnya adalah untuk mengidentifikasi mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

pesaing. Faktor penentu keberhasilan pada analisis ini mencakup masalah internal dan eksternal dari suatu perusahaan di dalam industri. Analisis CPM dapat mempermudah suatu perusahaan dalam menentukan sebuah strategi. Sehingga dengan adanya analisis ini, perusahaan dapat menentukan aspek-aspek yang harus dicapai. Hal ini dilakukan guna untuk menutupi segala kelemahan yang ada.

### 1. *Critical Success Factors*

*Critical Success Factor* merupakan suatu faktor yang menjadikan sebagai penentu keberhasilan. Faktor-faktor tersebut diambil secara luas tanpa memasukan faktor atau data yang spesifik. Faktor-faktor ini diambil setelah melakukan analisis secara mendalam dari kondisi lingkungan eksternal dan juga internal perusahaan. Hal ini dilakukan karena lingkungan eksternal dan juga internal dapat memberikan suatu gambaran yang nyata, terhadap sebuah dampak yang baik maupun buruk bagi perusahaan.

Apabila *Critical Success Factor* memiliki angka yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan pesaing, maka hal tersebut menunjukkan bahwa strategi diambil sudah tepat. Sedangkan apabila mendapatkan angka yang rendah, maka perusahaan kurang dapat memaksimalkan faktor sukses tersebut.

### 2. *Rating (Peringkat)*

Rating dalam CPM ini menunjukkan suatu tanggapan perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan sebuah perusahaan. *Rating* ini berguna untuk melihat perusahaan mampu atau tidak untuk merespon faktor penentu keberhasilan atau *Critical Success Factor*. Semakin tinggi rating yang didapatkan oleh perusahaan, maka akan semakin memperlihatkan bahwa perusahaan mampu untuk merespon dengan baik terhadap *Critical Success Factor* tersebut. Dan juga dapat terjadi sebaliknya apabila mendapatkan





rating yang rendah. Kisaran peringkat yang diberikan antara 1,0 – 4,0 dan dapat diterapkan untuk berbagai macam faktor.

Ada beberapa point penting terkait dengan rating di CPM:

- a. *Rating* diterapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan;
- b. Tanggapan paling rendah dapat diwakili oleh angka 1,0 yang dimana menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama terhadap perusahaan;
- c. Tanggapan yang rata-rata diwakili oleh angka 2,0 menunjukkan bahwa ini merupakan suatu kelemahan yang kecil bagi sebuah perusahaan;
- d. Tanggapan di atas rata-rata yang diwakili angka 3,0 menunjukkan bahwa adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan;
- e. Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh angka 4,0.

### 3. *Weight (Bobot)*

*Weight* atau dapat dikatakan bobot merupakan suatu angka yang dapat menunjukkan seberapa pentingnya sebuah *Critical Success Factor* terhadap perusahaan. Angka dalam kolom bobot untuk setiap faktor memiliki kisaran antara 0,0 yang berarti tidak penting dan angka 1,0 yang berarti sangat penting. Total dari keseluruhan bobot dari masing-masing faktor adalah 1,0.

### 4. *Total Weight Score*

Total *Weight Score* merupakan total dari seluruh nilai tertimbang atau dapat dikatakan jumlah dari semua nilai dengan total skor tertimbang. Nilai akhir dari total skor tertimbang harus berada antara 1,0 (rendah) hingga 4,0 (tinggi). Rata-rata total nilai untuk *Competitive Profile Matrix* adalah 2,5 yang dimana jika sebuah perusahaan berada memiliki nilai total skor di bawah 2,5 dianggap berada di posisi lemah dalam





sebuah persaingan, sedangkan jika perusahaan memiliki nilai yang lebih dari 2,5 maka perusahaan akan dianggap sebagai perusahaan yang kuat.

Berikut adalah Tabel 3.2 mengenai *Competitive Profile Matrix* EO APP dibandingkan dengan dua pesaing lainnya, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Competitive Profile Matrix / CPM EO APP**

Critical Success Factor	Weight	Aplikasi EO APP		Aplikasi WO Bridestory	
		Rating	Score	Rating	Score
Harga Kompetitif	0,05	4	0,2	3	0,15
Kreativitas & Skill	0,19	4	0,76	3	0,57
Website & Sosial Media	0,07	2	0,14	4	0,28
Vendor & Relasi	0,15	4	0,6	3	0,45
Pengalaman	0,13	2	0,26	4	0,52
Kualitas Pelayanan	0,2	3	0,6	4	0,8
Promosi	0,1	4	0,4	2	0,2
Keamanan	0,11	4	0,44	3	0,33
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3,4</b>		<b>3,3</b>

Sumber : EO APP (AKASA PARTY PLANNER)

Keterangan :

- Bobot yang bernilai paling tinggi merupakan faktor yang terpenting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.
- Total bobot secara keseluruhan adalah 1 (satu).
- Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yaitu : 4 = *major strength*, 3 = *minor strength*, 2 = *minor weakness*, 1 = *major weakness*.
- Total pada masing-masing perusahaan merupakan hasil dari perkalian peringkat dengan nilai (*rating x score*).

Nilai yang telah dihasilkan dari analisis CPM merupakan sebuah nilai yang tidak dapat dengan pasti menentukan bahwa perusahaan tersebut baik atau tidaknya. Walaupun di hasil



analisis CPM mendapatkan nilai yang rendah, tapi hasil nilai tersebut tidak dapat menentukan bahwa perusahaan tersebut lebih buruk dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Hasil tersebut hanya dapat menggambarkan sebuah perbedaan dari suatu perusahaan, dan perbedaannya tersebut dilihat dari segi kelemahan dan juga kekuatan.

Berdasarkan hasil dari **Tabel 3.2**, angka bobot yang tertera dalam tabel analisis CPM didapatkan oleh penulis dari hasil survei 64 responden laki-laki dan juga perempuan.

Responden tersebut berstatus pelajar, mahasiswa, karyawan dan pengusaha dengan rentan usia kurang dari 20 tahun hingga lebih dari 30 tahun. Faktor utama yang menentukan kesuksesan bisnis ini terletak pada faktor kualitas pelayanan, kreativitas/skill, vendor & relasi dan pengalaman. Faktor utama tersebut akan menjadikan sebuah keunggulan bagi perusahaan EO APP. Dilihat dari tabel tersebut, perusahaan EO APP memiliki banyak keunggulan. Dikarenakan dalam tabel tersebut perusahaan EO APP menempati posisi pertama di beberapa faktor. Walaupun masih ada beberapa faktor yang nilainya hampir sama.

Pada **Tabel 3.2** menunjukkan bahwa perusahaan EO APP menempati posisi pertama dan telah unggul dibandingkan dengan pesaingnya dengan nilai 3,68. Hal ini disebabkan karena perusahaan EO APP merupakan sebuah perusahaan aplikasi, yang dimana aplikasi tersebut memiliki banyak pilihan EO dan pegiat usaha lainnya. Sehingga konsumen dapat memilih EO atau pegiat usaha lainnya yang sesuai dengan apa yang di inginkan. Namun perusahaan EO APP masih membutuhkan sebuah perbaikan lagi, karena masih ada beberapa faktor yang nilainya hampir sama dengan pesaingnya.

Berikut adalah penjelasan mengenai hasil analisis dari **Tabel 3.2** mengenai EO APP dengan pesaing :

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.



## 1. Harga Kompetitif

EO APP memiliki *rating* 4 untuk bagian harga kompetitif, sedangkan WO *Bridestory* memiliki *rating* 3. Hal ini disebabkan karena pihak EO APP memiliki harga yang lebih rendah dibandingkan dengan pesaing.

## 2. Kreativitas & Skill

Perusahaan EO APP memiliki rencana untuk selalu memperhatikan mengenai kualitas dan juga skill dari para pegiat usaha yang bergabung. Bahkan pihak EO APP akan memberikan pelatihan dan sertifikat untuk para pegiat usaha dan pelatihan tersebut akan dilatih oleh tenaga ahli dalam bidang-bidang tertentu sehingga memiliki *rating* 4 dan untuk WO *Bridestory* memiliki *rating* 3.

## 3. Website & Sosial Media

Dalam bidang *website* dan sosial media pihak EO APP hanya mendapatkan *rating* 2 saja, hal ini disebabkan karena belum maksimalnya penggunaan *website* dan juga sosial media. Sedangkan untuk *rating* WO *Bridestory* sendiri mendapatkan *rating* 4, hal tersebut disebabkan karena pihak pesaing sudah memiliki pengalaman dan juga bukan merupakan sebuah perusahaan baru.

## 4. Vendor & Relasi

Vendor & Relasi merupakan hal yang sangat penting, karena semakin banyak vendor dan relasi maka akan semakin menarik konsumen. Hal ini disebabkan karena akan sangat banyak pilihan yang sesuai dengan keinginan dari konsumen. Oleh sebab itu, EO APP akan bekerjasama dengan banyak vendor atau pegiat usaha dan bahkan pihak EO APP juga akan bergabung dalam komunitas para pegiat usaha. Oleh sebab itu EO APP memiliki *rating* 4 sedangkan WO *Bridestory* memiliki *rating* 3.



## 5. Pengalaman

Pengalaman yang dimiliki oleh EO APP sangatlah sedikit bila dibandingkan dengan WO *Bridestory*. Hal ini disebabkan karena EO APP merupakan sebuah perusahaan yang masih baru, sehingga pengalaman masih sangat rendah. Oleh sebab itu EO APP hanya mendapatkan *rating* 2, berbeda dengan pesaing yang mendapatkan *rating* 4.

## 6. Kualitas Pelayanan

Dari segi kualitas pelayanan juga EO APP mendapatkan *rating* dibawah WO *Bridestory* yakni untuk EO APP mendapatkan *rating* 3, sedangkan untuk WO *Bridestory* mendapatkan *rating* 4. Hal tersebut disebabkan karena WO *Bridestory* memiliki pengalaman yang lebih mengenai pelayanan kepada konsumen.

## 7. Promosi

Dalam segi promosi pihak WO *Bridestory* masih sangat kurang karena pihak WO *Bridestory* sangat jarang melakukan kegiatan promosi, sehingga tidak banyak orang yang mengetahui adanya aplikasi WO *Bridestory*. Oleh sebab itu, WO *Bridestory* mendapatkan *rating* 2.

## 8. Keamanan

EO APP akan selalu memperhatikan dalam segi keamanan karena hal ini merupakan sesuatu hal yang sangat penting, apalagi EO APP merupakan sebuah layanan jasa aplikasi yang membutuhkan sebuah kepercayaan dari para konsumen. Apabila konsumen merasa tidak aman dan merasa kecewa terhadap aplikasi, maka nasib perusahaan aplikasi juga tidak akan baik-baik saja. Oleh sebab itu EO APP akan selalu melakukan pengecekan terhadap pegiat usaha yang bergabung, dan berbagai macam aktivitas pegiat usaha dengan konsumen akan selalu di awasi. Hal tersebut dilakukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



agar tidak ada sebuah tindakan yang tidak diinginkan, sehingga konsumen merasa kecewa. Oleh sebab itu EO APP mendapatkan *rating* 4 sedangkan WO *Bridestory* mendapatkan *rating* 3.

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

Menurut David dan David (2019:171), Matriks Kekuatan-Kelemahan-Kesempatan-Ancaman (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat-SWOT*) adalah alat pencocokan penting yang membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi: strategi kekuatan-kesempatan (*strength-opportunities-SO*), strategi kelemahan-kesempatan (*weakness-opportunities-WO*), strategi kekuatan-ancaman (*strength-threat-ST*), dan strategi kelemahan-ancaman (*weakness-threat-WT*). Analisis SWOT merupakan hasil analisis dari sebuah perusahaan terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT merupakan salah satu cara perusahaan untuk mengawasi dan mengamati faktor lingkungan eksternal dan internal. Hasil dari analisis SWOT dapat digunakan perusahaan untuk menyusun sebuah strategi yang dapat yang lebih baik lagi. Sehingga sebuah perusahaan dapat bertahan dengan baik dalam dunia bisnis.

### 1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan merupakan sebuah kelebihan dari perusahaan, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud di lingkup internal perusahaan. Kelebihan internal tersebut dapat digunakan untuk bersaing dengan pesaing perusahaan. Berikut adalah kekuatan dari perusahaan EO APP :

- a. Harga kompetitif;
- b. Tingkat kreativitas dan skill yang baik;
- c. Bekerjasama dengan vendor/relasi;
- d. Kualitas pelayanan yang baik;



- e. Jaminan keamanan.

## 2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan atau weakness adalah sebuah kekurangan yang terdapat pada perusahaan secara internal. Kekurangan atau kelemahan tersebut merupakan sebuah penghambat perusahaan dalam sebuah proses bisnis. Berikut adalah kelemahan dari perusahaan EO APP :

- a. *Website* dan sosial media yang belum berjalan dengan baik;
- b. Belum berpengalaman.

## 3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang merupakan sebuah kesempatan dari eksternal perusahaan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan. Kesempatan tersebut sangatlah berguna bagi perusahaan untuk meningkatkan penghasilan atau memajukan misi perusahaan. Berikut adalah peluang dari perusahaan EO APP :

- a. Dukungan pemerintah untuk pengusaha baru;
- b. Perekonomian yang mulai membaik;
- c. Gaya hidup masyarakat;
- d. Perkembangan teknologi yang pesat;
- e. Lokasi yang strategis.

## 4. Ancaman (*Threat*)

Ancaman atau threat merupakan sesuatu hal yang dapat berdampak buruk bagi perusahaan. Ancaman tersebut berasal dari eksternal perusahaan, yang dapat merugikan perusahaan dan berpotensi berbahaya bagi keberlangsungan suatu bisnis. Berikut merupakan ancaman dari perusahaan EO APP :



- a. Potensi masuknya pesaing baru;
- b. Daya tawar konsumen yang tinggi;
- c. Kekuatan tawar menawar pemasok;
- d. Persaingan di antara perusahaan-perusahaan yang Bersaing.

Berikut adalah tabel analisis SWOT dari perusahaan EO APP:

**Tabel 3.3**  
**Tabel MATRIX SWOT EO APP**

<b>Internal</b>	<b>Strength/Kekuatan (S)</b>	<b>Weakness/Kelemahan (W)</b>
<b>Eksternal</b>	1. Harga kompetitif; (S1) 2. Tingkat kreativitas dan skill yang baik; (S2) 3. Bekerjasama dengan vendor/relasi; (S3) 4. Kualitas pelayanan yang baik; (S4) 5. Jaminan keamanan. (S5)	1. <i>Website</i> dan sosial media yang belum berjalan dengan baik; (W1) 2. Belum berpengalaman. (W2)
	<b>Opportunities/Peluang (O)</b>	<b>Strategi S-O</b>
1. Dukungan pemerintah untuk pengusaha baru; (O1) 2. Perekonomian yang mulai membaik; (O2) 3. Gaya hidup masyarakat; (O3) 4. Perkembangan teknologi yang pesat; (O4) 5. Lokasi yang strategis. (O5)	1. Melakukan promosi secara konsisten; (S1, S3, S4, S5, O1, O2, O3, O4, O5) 2. Mengoptimalkan kinerja perusahaan; (S2, S4, S5, O1, O2) 3. Melakukan pendekatan dengan para pegiat usaha; (S2, S3, S4, O1, O2, O4, O5) 4. Membangun citra yang baik. (S2, S3, S4, S5, O1, O2, O4, O5)	1. Meningkatkan kualitas SDM; (W1, W2, O1, O4, O5) 2. Meningkatkan kualitas mutu layanan perusahaan. (W1, O1, O3, O4, O5)
<b>Threat/Ancaman (T)</b>	<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>
1. Potensi masuknya pesaing baru; (T1) 2. Daya tawar konsumen yang tinggi; (T2) 3. Kekuatan tawar menawar Pemasok; (T3) 4. Persaingan Di Antara Perusahaan-Perusahaan Yang Bersaing. (T4)	1. Meningkatkan kualitas pelayanan pada aplikasi dan media lainnya; (S2, S4, S5, T1, T2, T3, T4) 2. Melakukan promosi yang menarik dan secara konsisten; (S1, S2, S3, S4, S5, T1, T2, T3, T4) 3. Selalu memperhatikan hasil review dari konsumen. (S2, S4, S5, T2, T3, T4)	1. Melakukan evaluasi secara berkala; (W1, W2, T1, T2, T3) 2. Melakukan kerjasama dengan pegiat usaha untuk mempromosikan aplikasi; (W2, T1, T2, T4) 3. Bekerjasama dengan publik figur untuk kegiatan promosi. (W1, W2, T1, T2, T3, T4)

Sumber: EO APP (AKASA PARTY PLANNER)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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





Berikut merupakan penjelasan strategi yang ada pada **Tabel 3.3** :

### 1. Strategi S-O

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- a. Melakukan promosi secara konsisten; (S1, S3, S4, S5, O1, O2, O3, O4, O5)
  - Membuat konten secara konsisten di media sosial perusahaan EO APP;
  - Membuat konten yang dapat menarik perhatian masyarakat;
  - Bekerjasama dengan beberapa media periklanan yang ada pada media elektronik.
- b. Mengoptimalkan kinerja perusahaan; (S2, S4, S5, O1, O2)
  - Melakukan evaluasi secara rutin terhadap kinerja perusahaan;
  - Meningkatkan kualitas SDM yang ada;
  - Selalu melakukan riset terhadap kekurangan yang ada pada aplikasi maupun media lainnya.
- c. Melakukan pendekatan dengan para pegiat usaha; (S2, S3, S4, O1, O2, O4, O5)
  - Mendata setiap pegiat usaha yang belum bekerjasama;
  - Memberikan penawaran terhadap setiap pegiat usaha yang belum bekerjasama;
  - Memberikan sebuah hadiah kepada pegiat usaha yang jumlah pesannya banyak;
  - Memberikan panduan kepada setiap pegiat usaha yang baru bergabung;
  - Memberikan arahan dan bimbingan kepada pegiat usaha yang baru membuat bisnis.
- d. Membangun citra yang baik. (S2, S3, S4, S5, O1, O2, O4, O5)
  - Memberikan pelayanan yang baik kepada setiap pelanggan dan pegiat usaha;
  - Memberikan kesan yang baik kepada konsumen;

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.



- Selalu merespon berbagai macam hasil review yang diberikan konsumen, terhadap pelayanan yang telah mereka terima.



## 2. Strategi W-O

- a. Meningkatkan kualitas SDM; (W1, W2, O1, O4, O5)
- Melakukan evaluasi secara berkala terhadap kualitas kinerja SDM;
  - Memberikan training secara rutin kepada setiap karyawan;
  - Memberikan motivasi kepada setiap karyawan;
  - Melakukan pendekatan kepada setiap karyawan.
- b. Meningkatkan kualitas mutu layanan perusahaan. (W1, O1, O3, O4, O5)
- Melakukan kegiatan evaluasi terhadap kekurangan yang ada pada aplikasi, *website* dan juga media sosial;
  - Selalu memperhatikan hasil review yang diberikan oleh konsumen dan pegiat usaha;
  - Memberikan arahan dan training kepada setiap karyawan.

## 3. Strategi S-T

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan dan mutu dari aplikasi secara konsisten; (S2, S4, S5, T1, T2, T3, T4)
- Melakukan evaluasi terhadap kekurangan yang ada pada aplikasi;
  - Selalu memperhatikan hasil review yang diberikan oleh konsumen dan pegiat usaha terhadap aplikasi;
  - Melakukan perbaikan terhadap kekurangan yang ada;
  - Selalu mencari ide baru untuk memperbaharui aplikasi, agar dapat digunakan dengan mudah oleh konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



- b. Melakukan promosi yang menarik dan secara konsisten; (S1, S2, S3, S4, S5, T1, T2, T3, T4)

- Membuat konten-konten yang menarik pada media sosial perusahaan;
- Selalu memperhatikan mengenai perkembangan aplikasi sosial media, guna untuk membuat konten yang sesuai dengan perkembangan yang ada.
- Selalu melakukan riset mengenai media sosial yang sedang trend dikalangan masyarakat.

- c. Selalu memperhatikan hasil review dari konsumen. (S2, S4, S5, T2, T3, T4)

- Membalas setiap hasil review dari konsumen;
- Membahas dengan beberapa karyawan terkait hasil review yang diberikan konsumen, guna untuk meningkatkan mutu perusahaan.

#### 4. Strategi W-T

- a. Melakukan evaluasi secara berkala; (W1, W2, T1, T2, T3)

- Melakukan evaluasi terhadap kinerja perusahaan mulai dari SDM, aplikasi, *website*, sosial media dan bahkan kualitas pelayanan;
- Melakukan evaluasi terhadap setiap pegiat bisnis.

- b. Melakukan kerjasama dengan pegiat usaha untuk mempromosikan aplikasi; (W2, T1, T2, T4)

- Perusahaan melakukan jalinan kerjasama dengan para pegiat bisnis yang telah bekerjasama;
- Memberikan sebuah imbalan kepada setiap pegiat usaha yang telah membantu mempromosi aplikasi.

- c. Bekerjasama dengan publik figur untuk kegiatan promosi. (W1, W2, T1, T2, T3, T4)

- Bekerjasama dengan publik figur dengan melakukan endorse.