



BAB III

TREN DAN PERTUMBUHAN INDUSTRI

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam berbisnis seseorang harus dapat menganalisis tren dan pertumbuhan industri untuk melihat kelayakan bisnis itu sendiri. REHARM LESSON adalah suatu bisnis yang bergerak dibidang music lesson yang diajarkan secara *online*. *Lesson online* merupakan bisnis yang memiliki perkembangan cukup pesat pada masa sekarang karena semakin berkembangnya teknologi dan media social pada saat ini.

Saat ini, Tren music lesson online ini sangat bertumbuh pesat. Kenapa ? Karena lesson ini dapat dikonsumsi dimanapun, kapanpun. Dan dapat di SAVE. Sangat menarik jika kita bisa belajar sesuatu lalu di save, sehingga dapat diputar ulang kapanpun kita mau. Hal ini membuat kita mendapat banyak Advantage.

A. Analisis Pesaing

Di dalam dunia bisnis, persaingan merupakan hal yang wajar dan pasti akan dihadapi oleh setiap pebisnis. Terlebih lagi di era globalisasi saat ini, perubahan terjadi begitu cepat tanpa mengenal waktu dan tempat. Oleh karena itu, para pebisnis harus selalu melakukan inovasi-inovasi yang kreatif untuk senantiasa mengembangkan bisnisnya agar tidak kalah dan mampu menungguli pesaing-pesaing yang ada

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Untuk dapat unggul dalam persaingan maka harus dilakukan analisis terlebih dahulu. Analisis dilakukan untuk dapat lebih mengetahui hal-hal yang mempengaruhi jalannya suatu bisnis. Analisis yang baik dapat menciptakan strategi yang dapat mengungguli persaingan sehingga dapat membuat suatu perusahaan menjadi pemimpin pasar. Pesaing-pesaing yang dimiliki oleh REHARM LESSON antara lain:

1. MASTERCLASS

- Jenis Jasa : Lesson Online
- Jasa Unggulan : Semua jenis pembelajaran ada
- Segmentasi Harga : *Middle High*
- Jumlah Outlet : 1

2. KELAS.COM

- Jenis Jasa : Kelas.com
- Jasa Unggulan : Semua jenis pembelajaran ada
- Segmentasi Harga : *Middle*

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



Tabel 3.1

Perbandingan Dengan Kompetitor

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
MASTERCLASS	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki semua jenis lesson Mempunyai Instruktur kelas dunia. Pengambilan Video yang bagus 	<ol style="list-style-type: none"> Tidak bersegmentasi ke musik Musisi hebat belum tentu bisa menjadi guru yang hebat. Harus berlangganan untuk akses, dan sangat mahal. Tidak ada Jasa Konsultasi
KELAS.COM	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki semua jenis lesson Mempunyai Instruktur yang berkelas. Pengambilan Video yang bagus 	<ol style="list-style-type: none"> Versi kecilnya dari Master Class Tidak bersegmentasi ke musik Musisi hebat belum tentu bisa menjadi guru yang hebat. Tidak ada Jasa Konsultasi

Sumber : Reharm Lesson 2021

B Analisis PESTEL (*Political, Economy, Social, Technology, Environment, and Legal*)

Analisis PESTEL digunakan untuk dapat lebih mengetahui apa saja faktor eksternal yang mempengaruhi suatu bisnis agar dapat lebih unggul dalam persaingan daripada pebisnis lainnya dan menjadikan perusahaan menjadi pemimpin pasar.

Menurut Fred R. David (2013:93), kekuatan eksternal PESTEL dibagi menjadi 6 kategori yaitu:

- 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.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. *Politic (Politik)*

Ⓒ Hak Cipta Milik BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Berjalannya suatu bisnis di Indonesia sangat dipengaruhi oleh kehidupan politik yang berlaku. Faktor politik erat kaitannya dengan kebijakan pemerintah terhadap suatu bisnis yang dapat menjadi sebuah peluang bagi bisnis itu sendiri. Memasuki tahun politik 2020 memberikan pengaruh terhadap suatu bisnis di Indonesia. Salah satu peluang bagi industri musik adalah dengan semakin banyaknya orang-orang yang ingin belajar online. Hal ini sangat menguntungkan bagi pembisnis UMKM di Indonesia dan juga untuk memajukan UMKM itu sendiri maka pemerintah membantu dengan mendukung bisnis online di Indonesia, hal ini dapat menjadi peluang untuk REHARM LESSON.

2. *Economy (Ekonomi)*

Keadaan ekonomi dalam suatu negara pada masa sekarang dan masa yang akan datang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Apabila keadaan perekonomian suatu negara sedang baik, maka konsumen akan cenderung meningkatkan jumlah konsumsinya, sehingga jumlah permintaan terhadap suatu produk akan meningkat. Tingkat pendapatan juga menjadi sebuah tolak ukur daya beli masyarakat yang berpengaruh terhadap sebuah bisnis. Dengan semakin tingginya pendapatan masyarakat maka akan semakin banyak juga pengeluaran masyarakat terhadap pembelian suatu produk, hal ini dapat menjadi peluang untuk REHARM LESSON.

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 3.1

Pendapatan Perkapita Indonesia (2010-2016)



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Dilihat dari **Gambar 3.1**, tingkat pendapat perkapita Indonesia mengalami kenaikan yang cukup pesat setiap tahunnya, dari data ini dapat dilihat bahwa perekonomian di Indonesia sedang baik karena setiap tahunnya mengalami kenaikan.

Hal ini juga tentunya akan mempengaruhi tingkat daya beli dari masyarakat itu sendiri. Dengan kondisi ekonomi yang baik tentunya dapat memberikan dampak positif juga terhadap usaha yang ada di Indonesia, terutama dibidang industry musik.

3. Social (Sosial)

Salah satu unsur penting yang menjadi faktor social ialah gaya hidup dan tren masyarakat saat ini. Dengan semakin berkembangnya zaman, keinginan belajar bermusik sudah menjadi sebuah gaya hidup di kalangan anak muda hingga usia dewasa saat ini. Gaya hidup masyarakat saat ini lebih cenderung menikmati musik dan bermain musik disebuah tempat yang nyaman bersama dengan teman-temannya.

© 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.



4. *Technology* (Teknologi)

Perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan pelaku-pelaku bisnis semakin memanfaatkan teknologi untuk menunjang kegiatan bisnisnya. Semakin canggih teknologi yang digunakan maka akan semakin efisien bisnis tersebut berjalan. Contohnya seperti dibidang pemasaran, saat ini banyak pelaku bisnis memanfaatkan *website*, *social media*, forum dan lain sebagainya untuk media promosi bisnis agar mudah dikenal oleh masyarakat luas.

REHARM LESSON juga menggunakan teknologi dalam menjalankan bisnisnya, misalnya dalam pemasaran, REHARM LESSON sudah memanfaatkan *social media* seperti Instagram dan youtube dalam sarana promosi. Dengan menampilkan konten-konten tentang REHARM LESSON setiap minggunya di *social media* akan semakin membuat produk dikenal oleh masyarakat. REHARM LESSON membuat konten lesson gratis dari instructornya langsung sehingga menarik konsumen lebih baik. REHARM LESSON juga menggunakan teknologi sistem operasi yang modern sehingga mempermudah kegiatan operasional perusahaan seperti penjualan dan pembelian, pencatatan laporan keuangan.

5. *Legal* (Hukum)

Seluruh pebisnis diharuskan menaati dan menjalankan peraturan sesuai hukum yang berlaku di negara tempat bisnis itu dijalankan. Setiap proses bisnis yang dijalankan harus sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan, jika melanggar maka akan mendapatkan sanksi berdasarkan hukum yang telah ditetapkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hakipta milik BIKG (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 BIKGG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKGG.



REHARM LESSON telah mempunyai website yang resmi dan telah membayar pajak sesuai dengan pendapatan yang didapat oleh instructor REHARM LESSON.

6. Lingkungan (Lingkungan)

Faktor lingkungan mengacu pada bagaimana kondisi lingkungan yang berada pada Sosial media yang nantinya berpengaruh terhadap daya minat pelanggan. Penilaian konsumen terhadap usaha bisnis yang dijalani akan sangat penting terhadap pertumbuhan bisnis tersebut. REHARM LESSON konsisten tetap memberikan lesson secara gratis, sharing tentang tips tips bermain musik secara konsisten. Tujuannya agar tetap menjaga hati konsumen dan menfollow up mereka agar tertarik membeli lesson kita dan juga agar tetap dinilai baik oleh konsumen. REHARM LESSON juga menggunakan Instruktur-Instruktur yang berkualitas yang sudah terkenal di lingkungan musik karena skillnya. Sehingga pelanggan merasa trust dan nyaman terhadap lingkungan dari usaha bisnis tersebut.

Reharm Lesson mempunyai Komunitas Online di discord, di Whatsapp untuk membuat circle/ lingkungan sendiri agar setiap instructor dapat menfollow up konsumennya.

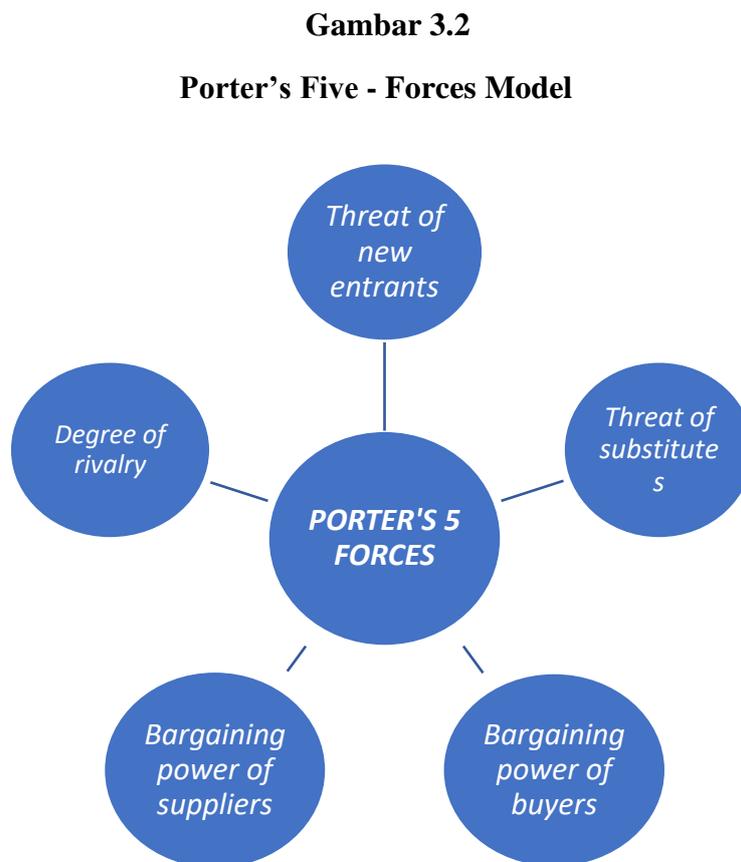
C. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (*Porter Five Forces Business Model*)

Ramalan industri dibutuhkan guna untuk memperkirakan jumlah permintaan di masa yang akan datang, hal ini digunakan untuk mengantisipasi perubahan permintaan yang mungkin saja akan terjadi. Dari hasil data yang lengkap dan akurat maka akan menghasilkan ramalan yang mendekati ketepatan

dengan kondisi di masa depan yang akan mendorong usaha tersebut agar dapat menguasai pasar dengan lebih mudah dan percaya diri.

Menurut David (2013:106) Porter's Five-Forces Model adalah model analisis kompetitif yang sering digunakan dalam mengembangkan strategi dari banyak industri. Dalam menganalisis seseorang 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, dan daya tawar pembeli.

Berikut adalah analisis Porter's Five-Forces Model dari REHARM LESSON :



Sumber: Fred R. David (2013:106)



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. Persaingan antar perusahaan yang bersaing dalam industri yang sama

© Hak Cipta Milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tekanan yang paling besar dari kelima kekuatan di kebanyakan industri adalah persaingan yang terjadi antar pelaku bisnis dalam menjalankan sebuah bisnisnya. Persaingan terjadi ketika para pelaku bisnis menawarkan produk ataupun jasa yang sejenis. Karena adanya persaingan yang semakin kompetitif maka para pelaku bisnis dipaksa untuk terus melakukan inovasi terhadap produk atau jasa yang ditawarkannya agar tidak terlempar dari persaingan bisnis, keunikan tersendiri atas produk maupun jasa yang tidak dimiliki oleh pesaing juga bisa menjadi sebuah kekuatan dalam sebuah persaingan bisnis, perusahaan pesaing diharuskan untuk dapat beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dan harus menanggung resiko terlempar dari persaingan bisnisnya apabila tidak dapat mengimbangi sebuah perubahan yang dilakukan oleh pesaing. Tekanan ini membuat pasar sebagai tempat yang sangat dinamis dan kompetitif. Umumnya, suatu industri akan lebih menarik jika terdapat kondisi sebagai berikut:

- a. Jumlah pesaing sedikit
- b. Para pesaing memiliki ukuran dan kemampuan yang berbeda
- c. Industri terkait tumbuh dengan cepat
- d. Ada peluang untuk menjual suatu produk atau jasa yang terdiferensiasi

Persaingan dalam industri musik terutama bisnis *Music Lesson* saat ini sudah terbilang cukup rendah sebab semakin banyaknya bisnis musik yang ada di daerah Indonesia, hal ini membuat persaingan semakin mudah karena lesson musik yang kami siapkan tidak diajarkan oleh orang-orang lain di Indonesia.

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.



2. Daya tawar para pembeli

REHARM LESSON memiliki keunikan tersendiri dari segi materi musik yang diajarkan yang berbeda dari yang lainnya. Tidak hanya itu, REHARM LESSON pun mempunyai Instructor yang sudah ternama dan terkenal, mereka memberikan lesson piano dan konsultasi langsung dengan instruktornya. Sehingga REHARM LESSON dapat membuat kekuatan daya tawar pembeli menjadi rendah karena keunikan tersendiri yang dimiliki oleh *music lesson* ini. Untuk memperkuat minat beli konsumen maka REHARM LESSON akan memberikan banyak promo kepada konsumen agar konsumen tetap nyaman dan senang untuk membeli jasa REHARM LESSON ini.

3. Ancaman dari pesaing baru yang memasuki industry yang sama

Semakin berkembangnya zaman dan tren masa kini, terutama di bidang music lesson, maka semakin berkembang juga calon pemain baru di industri yang sama yang saat ini sedang menjadi sebuah tren dan banyak di minati oleh masyarakat. Sehingga semakin banyaknya muncul pesaing baru yang menyebabkan ancaman untuk bisnis di industri sejenis.

Maka dari itu, untuk dapat bertahan dalam persaingan, setiap pelaku bisnis harus memiliki keunggulan tersendiri atas produknya. REHARM LESSON harus memiliki keunggulan tersendiri agar dapat bertahan dari persaingan terhadap para kompetitor baik yang sudah lama maupun yang baru datang di industri sejenis, salah satunya yang dijadikan keunggulan oleh REHARM LESSON adalah dari segi keunikan jasa, kualitas video, harga dan tentunya pelayanan yang maksimal agar dapat memberikan kepuasan secara maksimal kepada konsumen.

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.



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

C *Competitive Profile Matrix* adalah alat manajemen strategis penting untuk membandingkan perusahaan dengan pemain utama industri. Menurut Forest dan Fred (2015:245), Profil Kompetitif Matrix mengidentifikasi pesaing perusahaan dan kekuatan serta kelemahannya yang berkaitan dengan posisi strategis perusahaan.

Profil Kompetitif Matrix menunjukkan kepada pebisnis mengenai titik kuat dan titik lemah mereka terhadap pesaingnya. Nilai CPM diukur atas dasar faktor penentu keberhasilan, setiap faktor diukur dalam skala yang sama berarti berat tetap sama untuk setiap perusahaan hanya rating-nya yang bervariasi.

Hal positif tentang CPM adalah itu termasuk perusahaan yang dimiliki penulis dan juga pesaing lain untuk memudahkan analisis komparatif. Dalam CPM, analisis dilakukan secara keseluruhan, baik itu faktor eksternal maupun faktor internal. Hal ini berbeda dengan penilaian kondisi internal dan eksternal perusahaan melalui *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE) yang dimana hanya masing-masing faktor internal dan eksternal saja.

1. *Critical Success Factors*

Faktor ini menjadikan penentu keberhasilan yang diambil setelah analisis mendalam dari lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Jelas di setiap perusahaan ada beberapa keuntungan dan beberapa kerugian bagi perusahaan dalam lingkungan eksternal maupun internal. Jika ratingnya tinggi menunjukkan bahwa strategi perusahaan telah dilakukan dengan baik dan rating yang lebih rendah menunjukkan strategi perusahaan yang dijalankan belum cukup baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Insitut 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.



2. Rating (Peringkat)

Peringkat dalam *Competitive Profile Matrix* memperlihatkan respon perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan sebuah usaha. Semakin tinggi rating yang didapat memperlihatkan respon yang baik dari perusahaan terhadap *Critical Success Factors*, dan juga sebaliknya bila rating rendah menunjukkan respon yang kurang baik. Peringkat dengan kisaran antara 1,0 - 4,0 dan dapat diterapkan untuk berbagai faktor.

Ada beberapa poin penting terkait dengan rating di CPM:

- Peringkat diterapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan.
- Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1.0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan.
- Tanggapan rata - rata diwakili oleh angka 2.0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.
- Tanggapan diatas rata-rata diwakili oleh 3.0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan.
- Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh 4.0

3. Weight (Bobot)

Atribut bobot di CPM menunjukkan kepentingan relatif dari faktor kesuksesan di dalam industri perusahaan. Berat berkisar dari 0,0 (yang berarti tidak penting) dan 1,0 (berarti penting), jumlah semua berat yang dihitung atau total dari seluruh faktor yang ada harus sama dengan 1,0 jika total perhitungan bukanlah 1,0 berarti ada kesalahan dalam meletakkan bobot di salah satu atau beberapa faktor yang ada yang harus diperbaiki.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



4. Total Weighted Score

Jumlah dari semua nilai sama dengan total skor tertimbang, nilai akhir dari total skor tertimbang harus antara rentang 1 (rendah) ke 4 (tinggi). Nilai rata-rata tertimbang untuk CPM matriks adalah 2.5 dimana setiap perusahaan dengan total skor di bawah 2.5 dianggap lemah, sedangkan bila total skor tertimbang yang lebih tinggi dari 2.5 ini akan dianggap sebagai perusahaan yang kuat. Perbandingan perusahaan dari total CPM adalah perusahaan dengan nilai total skor tertimbang yang paling tinggi dianggap sebagai pemenang di antara para pesaingnya yang ada.

Di bawah ini penulis akan membuat tabel menjelaskan lebih detail lagi mengenai *Competitive Profile Matrix* dari REHARM LESSON yang dibandingkan dengan dua pesaing lainnya, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2
Competitive Profile Matrix

<i>Critical Success Factor</i>	Bobot	REHARM LESSON		MASTERCLASS		KELAS.COM	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Harga	0.25	3	0.75	2	0.50	4	1.00
Kualitas Produk	0.30	4	1.20	4	1.20	3	0.90
Pelayanan	0.15	4	0.60	3	0.45	3	0.45
Instruktur	0.20	3	0.60	4	0.80	4	0.80
Brand	0.10	2	0.20	4	0.40	3	0.30
TOTAL	1.00	3.35		3.35		3.45	

Sumber: REHARM LESSON

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.

© Hakipta milik IBIKKG (Institusis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Tabel *Competitive Profil Matrix* (CPM) di atas terdiri dari beberapa faktor.

Setiap faktor kunci yang ada diberikan sejumlah nilai bobot (*weight*), di mana bobot (*weight*) yang bernilai paling tinggi merupakan faktor yang terpenting untuk menunjang keberhasilan perusahaan. Total nilai dari seluruh pembobotan harus berjumlah 1 (satu). *Rating* yang merupakan penilaian dari satu sampai empat untuk masing-masing perusahaan, angka satu menunjukkan bahwa perusahaan tidak memiliki kontrol yang baik terhadap faktor tersebut, dan angka empat yang menunjukkan perusahaan memiliki kontrol yang sangat baik terhadap faktor tersebut. *Score* yang dihasilkan merupakan hasil dari pengkalian antara *weight* dan *rating* dari masing-masing perusahaan.

Catatan penting untuk diingat bahwa nilai hasil analisis CPM yang rendah tidak bisa menentukan secara keseluruhan bahwa perusahaan tersebut lebih buruk dibandingkan dengan pesaingnya. Angka-angka tersebut hanya menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki setiap perusahaan dan juga menggambarkan bahwa setiap perusahaan mempunyai kekuatan dan kelemahan di bidang yang berbeda-beda.

Berikut adalah penjelasan mengenai posisi REHARM LESSON dan para kompetitor berdasarkan **TABEL 3.2** diatas :

a. Harga

Harga merupakan sebuah hal penting yang menjadi sebuah perbandingan oleh konsumen untuk membeli sebuah produk. Pada **Tabel 3.2** terlihat bahwa harga memiliki bobot yang cukup tinggi yakni 0.25, yang berarti bahwa harga menjadi sebuah penilaian terhadap keputusan pembelian oleh konsumen, semakin tinggi harga maka akan mempengaruhi minat beli



dari konsumen. *Music lesson* mendapatkan peringkat 2 karena REHARM LESSON menetapkan harga yang cukup tinggi untuk produk yang ditawarkannya, namun harga yang ditawarkan tentunya sesuai dengan kualitas yang diberikan. Sedangkan untuk KELAS.COM memperoleh peringkat 4 yang berarti harga yang ditawarkan terbilang paling murah dari para pesaingnya.

b. Kualitas Produk

Dalam sebuah bisnis *Music Lesson* kualitas telah menjadi sebuah penilaian yang paling tinggi dari konsumen, karena para pencinta musik akan menilai musik tersebut nikmat atau tidak dinilai dari kualitas musik yang dihasilkan, dari **Tabel 3.2** dapat dilihat bahwa bobot yang diberikan oleh penulis adalah 0.30 karena menjadi sebuah faktor utama dalam penilaian konsumen. MASTERCLASS dan REHARM LESSON memperoleh peringkat 4 mereka menggunakan Instruktur yang berkualitas dan juga video yang sudah modern sehingga kualitas rekaman akan menjadi semakin baik dan menghasilkan hasil yang memuaskan. Untuk KELAS.COM mendapatkan peringkat 3 karena Teknik pengajaran yang diberikan dan materinya kurang memuaskan.

c. Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik akan menarik minat konsumen untuk membeli sebuah Lesson. Pada **Tabel 3.2** terlihat bahwa penilaian yang diberikan oleh penulis terhadap pelayanan adalah 0.15 yang berarti pelayanan menjadi sebuah faktor yang harus diperhatikan dalam pendirian usaha *Music*



Lesson, karena pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari tabel terlihat bahwa REHARM LESSON mendapat peringkat 4 karena mereka memberikan pelayanan seperti Konsultasi gratis, tanya tanya khusus untuk yang sudah beli lessonnya.

d. Instruktur

Instruktur menjadi sebuah hal yang cukup diperhatikan oleh konsumen terutama untuk sebuah *Lesson*. Karena kenyamanan dan hasil konsumen akan terbangun ketika Instruktur yang diberikan juga baik, ternama, dan bisa mengajar. Dari **Tabel 3.2** fasilitas memiliki bobot 0.20 yang berarti fasilitas menjadi faktor penting yang harus diperhatikan, dari tabel dapat dilihat bahwa MASTERCLASS dan KELAS.COM memperoleh peringkat 4 karena menggunakan Artis / orang papan atas / kelas dunia untuk dijadikan instruktur sehingga konsumen lebih tertarik kepada mereka.

e. Brand

Untuk membangun sebuah brand yang kuat tentu tidaklah mudah, harus memiliki strategi pemasaran yang tepat, memiliki penilaian konsumen yang baik dan juga hal ini memerlukan waktu yang sangat lama. Brand yang sudah dikenal masyarakat menjadi peluang yang tinggi untuk melebarkan pasarnya. Pada **Tabel 3.2** terlihat bahwa MASTERCLASS memperoleh peringkat 4 sebab MASTERCLASS keluar modal sangat banyak untuk beriklan sehingga brandnya terjaga sangat baik. Sedangkan untuk REHARM LESSON memperoleh nilai 2 sebab masih dalam tahap pengembangan sehingga masih belum mendapatkan citra merek yang bagus dengan pengalaman yang kurang.

© 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.



F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:79) “ Analisis SWOT merupakan evaluasi menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) sebuah perusahaan. Mengelola fungsi pemasaran biasa dimulai dengan menganalisis situasi perusahaan secara lengkap. Maka dari itu analisis SWOT ini diperlukan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam penggunaan analisis SWOT adalah dengan melakukan analisis dan diagnosis lingkungan baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal organisasi. Analisis lingkungan merupakan suatu proses monitoring yang dilakukan oleh penyusun strategi terkait sektor-sektor lingkungan untuk menentukan kesempatan-kegiatan (peluang) dan ancaman-ancaman bagi perusahaan, sedangkan diagnosa lingkungan berisi tentang keputusan manajerial yang dibutuhkan dengan cara menilai signifikan data kesempatan dan ancaman dari analisis lingkungan.

Kotler dan Armstrong (2016:79) juga menjelaskan mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kekuatan (*strengths*) termasuk dalam kemampuan internal, sumber daya, dan faktor-faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggan dan mencapai tujuannya. Kelemahan termasuk dalam batasan internal dan faktor-faktor situasional negatif yang dapat mengganggu kinerja perusahaan. Peluang adalah faktor-faktor yang menguntungkan atau tren di lingkungan eksternal yang dapat dimanfaatkan perusahaan sebagai keuntungan. Ancaman adalah faktor-faktor eksternal yang tidak menguntungkan atau tren yang menjadi tantangan untuk kinerja.

Perusahaan harus menganalisis pasar dan pemasaran lingkungan untuk menemukan peluang yang menarik dan mengidentifikasi ancaman. Tujuannya adalah untuk mencocokkan kekuatan dengan peluang perusahaan, serta secara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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

bersamaan menghilangkan atau mengatasi kelemahan dan ancaman.

ⓐ Berikut adalah analisis SWOT dari REHARM LESSON:

1. *Strength* (S) yaitu analisis kekuatan, sebuah kondisi dimana perusahaan mempunyai kemampuan yang lebih unggul dibanding pesaingnya untuk dapat bersaing di pasar. *Strength* dari REHARM LESSON adalah :
 - a. Memiliki keunikan yang tidak dimiliki pesaing.
 - b. Pemilihan Instruktur yang bisa mengajar.
 - c. Harga yang kompetitif dibanding kompetitor lainnya.
 - d. Memberikan pelayanan konsultasi kepada pelanggan.
 - e. Berbahasa Indonesia.
 - f. Membangun komunitas tersendiri.
2. *Weakness* (W) yaitu analisis kelemahan, sebuah kondisi dimana perusahaan memiliki keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. *Weakness* dari REHARM LESSON adalah:
 - a. Belum di kenal di lingkungan masyarakat.
 - b. Tidak GO INTERNATIONAL.
 - c. Jumlah tenaga kerja yang terbatas.
 - d. Keterampilan tenaga kerja belum maksimal.
3. *Opportunities* (O) yaitu analisis peluang, sebuah kondisi dimana perusahaan memiliki kesempatan untuk berkembang dimasa yang akan datang, asalkan perusahaan mampu memanfaatkan peluang tersebut untuk meraih kesuksesan. *Opportunities* dari REHARM LESSON adalah:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





- a. Bisa Belajar online sambil bertanya kepada instrukturinya.
- b. Lesson yang selalu bertambah.
- c. Daya masyarakat terhadap belajar musik meningkat

4. *Threats* (T) yaitu analisis terhadap ancaman, ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. *Threats* dari REHARM LESSON adalah:

- a. Munculnya pesaing baru yang lebih inovatif.
- b. Berubahnya tren dari masyarakat.
- c. Konsumen lebih tertarik lesson yang sudah ada nama.

Berikut **Tabel 3.3** mengenai matriks SWOT REHARM LESSON berdasarkan analisa yang telah diuraikan di atas, beserta strategi-strategi untuk mengatasi SWOT tersebut:

© 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.



Tabel 3.3

Matriks SWOT REHARM

MATRIX SWOT	Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelayanan baik terhadap pelanggan 2. Menggunakan teknologi yang modern 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum di kenal di lingkungan masyarakat 2. Harga produk yang bersaing 3. Keterampilan tenaga kerja yang belum maksimal 	
	Opportunities (Peluang)	S-O Strategies	W-O Strategies
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bisa Belajar online dan bisa bertanya kepada instruktur. 2. Lesson yang selalu bertambah. 3. Daya masyarakat terhadap belajar musik meningkat semenjak pandemic. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat menawarkan free konsultasi seumur hidup kepada pelanggan yang membeli produk REHARM (S1,O1) 2. Membuat Lesson yang unik dan menarik calon konsumen (S2,O2,O3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Beriklan lebih banyak (W1,O2) 2. Mencari Konsumen lewat Konten gratis (W2,O3) 3. Mencari instruktur yang sudah ternama / terkenal pada bidangnya. (W3,O1)
Threat (Ancaman)	S-T strategies	W-T strategies	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing baru yang lebih inovatif. 2. Berubahnya tren dari masyarakat. 3. Konsumen lebih tertarik lesson yang sudah ada nama. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan teknologi yang canggih agar mampu bersaing (S2,T1) 2. Selalu menyesuaikan tren yang berlaku saat ini agar tidak kalah dalam persaingan (S1,T2,T3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pemasaran melalui semua media social (W1,T1,T2) 2. Membuat promosi semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian masyarakat (W2,W3,T3) 	

Sumber : REHARM LESSON

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa :

- C** 1. S-O Strategies dari REHARM LESSON terdapat dua point strategi. Yang pertama, Dapat memberikan free konsultasi seumur hidup kepada pelanggan. Konsultasi ini dilakukan dengan cara mengumpulkan para pembeli produk REHARM didalam grup WhatsApp. Kemudian pembimbing akan membuka forum untuk tanya jawab. Jadi sesame pelajar dapat membangun komunitas dan saling bertukar informasi.

S-O strategies dari REHARM LESSON adalah membuat produk yang unik dan menarik calon konsumen. Dapat dikatakan unik karena di REHARM LESSON, pengajar akan terus mengupdate produk yang dijual, pelanggan yang sudah membeli lessonnya tidak perlu lagi membayar lebih untuk produk yang telah diupdate. Metode ini membuat re harm unggul daripada platform pembelajaran musik yang lain.

2. W-O strategy terdapat tiga poin. Yang pertama adalah menggunakan sosial media yang menyediakan fitur advertisement. Seperti Instagram ads, Facebook ads, dan Google ads. Sehingga market yang dituju pun lebih fokus.

Poin kedua adalah dengan memberikan modul pengajaran secara gratis. Contohnya, dari lima materi, ada satu materi yang dapat dipelajari tanpa harus membayar. Jadi para pengguna dapat merasakan terlebih dahulu pengalaman belajar musik yang menyenangkan di Re harm.

Di poin ketiga adalah dengan cara mengundang instruktur yang sudah ternama dan memiliki kredibilitas tinggi. Contohnya seperti Indra Lesmana. Seperti yang kita tahu beliau sudah terkenal sejak lama dan memiliki banyak pengikut/penggemar. Jadi strategi ini dapat memudahkan Re harm untuk mendapatkan banyak peminat.

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



3. Kemudian ada S-T strategy. Di poin pertama yaitu dengan menggunakan teknologi yang canggih. Dengan User Interface yang baik dan mudah dicerna oleh pengguna, dapat membuat Recharm mampu bersaing dengan kelas online lainnya.

Di poin kedua adalah dengan cara menyesuaikan trend. Maksudnya adalah Recharm akan terus mengikuti perkembangan jaman yang ada dan mengetahui trend-trend yang sedang viral atau banyak peminatnya. Seperti memberikan tutorial teknik bermain musik di lagu yang sedang hits.

4. Lalu ada W-T strategy. Yang pertama adalah dengan cara beriklan secara terus menerus. Di jaman yang serba digital sekarang ini memudahkan semua orang untuk menyebarluaskan informasi. Dan hal ini memudahkan Recharm juga untuk melakukan iklan dan promosi di seluruh sosial media yang ada. Seperti di Instagram, Facebook, Twitter, Youtube. Recharm harus mampu menjangkau pasar dengan sosial media.

Di poin kedua, Recharm dapat menjalankan strategi dengan melakukan promosi yang menarik. Promosi disini dapat berupa design yang menarik, dan juga isi konten promosi yang menarik. Contohnya seperti membuat design yang sesuai dengan pasar yang dituju, design yang eye catchy, dan dapat juga membuat konten promo melalui video yang menarik, seperti video lucu kreatif di TikTok

© 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.