

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Menurut Kotler dan Keller (2016:95) tren merupakan arah atau urutan kejadian yang mempunyai momentum dan durabilitas. Tren juga mengungkap bentuk masa depan dan dapat memberikan arah yang strategis. Tren sendiri dipengaruhi oleh industry di daerah tertentu. Pengamatan pertumbuhan industri dilakukan untuk mengetahui tren yang berkembang di daerah tersebut.

Dalam menjalankan usahanya, seorang pebisnis harus menganalisis lingkungan industry yang sesuai dengan usahanya. Analisis ini harus dilakukan oleh pebisnis agar dapat mengetahui kondisi industry yang dijalannya saat ini dan pertumbuhannya kedepan.

Oleh sebab itu pengembangan kawasan perindustrian terutama dimaksudkan untuk memberikan lebih banyak perangsang kepada para penanam modal. Langkah tersebut akan mengurangi masalah mereka untuk menciptakan atau mendapatkan tempat bangunan, dan dapat mengurangi biaya yang diperlukan untuk mendirikan industrinya karena bangunan perusahaan dapat disewa atau di beli dengan biaya yang tidak terlalu mahal.

Kawasan perindustrian dapat menimbulkan pula berbagai jenis external economies kepada industri-industri tersebut. Dengan demikian adanya pertumbuhan industri dalam kawasan industri dapat mempertinggi efisiensi kegiatan industri tersebut.





Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh penulis, berikut merupakan hasil analisis pesaing dari *Spartan MMA Training Camp* berdasarkan harga, lokasi dan strategi promosi

serta keunggulan produk atau jasa yang ada:

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. Nama Toko | : Jakarta Muay Thai & MMA Training Camp |
| Harga | : Raya-rata Rp 150.000 – Rp 3.500.000 |
| Lokasi | : Jl. Daksa I No.1A, RT.4/RW.2, Selong, Kby.
Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus
Ibukota Jakarta 12120. |
| Promosi | : Baik |
| Kualitas Produk/Jasa | : Baik |
| Keunggulan Jasa | : Baik |
| 2. Nama Toko | : Beat Up Camp Senayan |
| Harga | : Rata-rata Rp 150.000 – Rp3.300.000 |
| Lokasi | : Jl. Patal Senayan No.1, RT.3/RW.7, Grogol
Utara, Kec.Kby Lama, Kota Jakarta Selatan,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12210. |
| Promosi | : Cukup Baik |
| Kualitas Produk/Jasa | : Cukup Baik |
| Keunggulan Produk/Jasa | : Cukup Baik |

Dan berikut adalah tabel analisis pesaing dari 2 Sasana *Training Camp* yang ada dekat di daerah Jakarta Selatan berdasarkan pengamatan dan kunjungan dari penulis:

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

Keunggulan dan Kelamahan Pesaing

PESAIK	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Hakipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Jakarta Muay Thai & MMA Training Camp	<ol style="list-style-type: none"> Sudah dikenal luas oleh masyarakat terutama di daerah Jakarta Selatan Lengkap dalam menyediakan jasa atau kelas beladiri yang tersedia Fasilitas lengkap Keamanan dan Kenyamanan baik Promosi yang baik (Instagram/Website/Google) 	<ol style="list-style-type: none"> Pelayanan yang kurang baik
Hakipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Beat Up Camp Senayan	<ol style="list-style-type: none"> Harga yang sangat terjangkau Sudah cukup terkenal Fasilitas cukup lengkap Promosi yang baik (Instagram/Website/Google) 	<ol style="list-style-type: none"> Variasi Kelas Beladiri yang kurang atau terbatas

Sumber: *Spartan MMA Training Camp, 2021*



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



Tabel 3.2

Perbandingan Pesaing

Nama Kriteria	<i>Spartan MMA Training Camp</i>	<i>Jakarta Muay Thai & MMA Training Camp</i>	<i>Beat Up Camp Senayan</i>
Sasana atau <i>Training Camp</i>	Belum dikenal	Sudah dikenal	Cukup dikenal
Variasi Produk/Jasa	Beragam	Baragam	Kurang dan terbatas
Fasilitas	Baik	Baik	Cukup Baik
Pelayanan	Baik	Kurang Baik	Kurang Baik
Lokasi	Baik	Baik	Cukup Baik
Variasi Program Latihan	Baik dan Beragam	Baik dan Beragam	Kurang dan terbatas
P lahan Parkir	Cukup Luas	Cukup Luas	Cukup Luas
Kenyamanan	Nyaman	Nyaman	Nyaman
Informasi	Jelas	Jelas	Jelas

Sumber: *Spartan MMA Training Camp, 2021*



C. Analisis PESTEL

1. Politik

Faktor pertama yang dievaluasi melalui PESTLE analysis adalah faktor politik. Faktor ini mengevaluasi sejauh mana kebijakan pemerintah dan pemerintah dapat berdampak pada perusahaan dan usaha.

Pada umumnya risiko yang ada akan berkaitan dengan pemerintahan dalam situasi politik dan keamanan suatu negara. Politik memiliki peran yang sangat besar dalam menjalankan suatu usaha, dikarenakan jika suatu usaha atau bisnis tersebut didukung oleh pemerintah dan menjalankan tindakan sesuai dengan politik dan peraturan yang ada, maka usaha secara umum akan berjalan dengan lancar. Situasi politik akan selalu tidak menentu dan dapat berubah-ubah, sehingga akan memunculkan situasi ketidakpastian dalam bisnis. Hal ini membuat para pebisnis harus handal dan cepat beradaptasi dalam setiap perubahan dan situasi politik yang ada. Dengan hal pebisnis dapat langsung lebih cepat menerapkan strategi apa yang akan diambil dalam situasi yang berubah-ubah tersebut, agar pebisnis dapat menjalankan usaha dengan lancar.

Dilihat dari kondisi politik di Indonesia secara ada beberapa situasi yang mempengaruhi bisnis *Spartan MMA Training Camp*. Situasi seperti Peraturan PSBB dari pemerintah yang dapat menghambat kegiatan usaha ini, namun ada juga yang mendukung seperti kemudahan pendirian dan pengurusan perijinan usaha UMKM tetap dapat mudah diterapkan dan didukung pemerintah saat ini.

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

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



2. Ekonomi

Faktor-faktor ekonomi memiliki dampak signifikan pada bagaimana suatu perusahaan/ pelaku bisnis melakukan bisnis dan juga seberapa menguntungkan mereka. Faktor ekonomi termasuk pertumbuhan ekonomi, suku bunga, nilai tukar, inflasi, pendapatan konsumen dan bisnis dan sebagainya. Faktor-faktor ini selanjutnya dapat kita pecah menjadi faktor makro-ekonomi dan mikro-ekonomi. Kemudian, faktor ekonomi makro berhubungan dengan manajemen permintaan dalam setiap ekonomi. Sehingga, pemerintah menggunakan kontrol suku bunga, kebijakan perpajakan dan pengeluaran pemerintah sebagai mekanisme utama yang mereka gunakan untuk ini. Sedangkan faktor mikro-ekonomi berhubungan dengan cara orang membelanjakan pendapatannya.

Faktor ekonomi ini meliputi pertumbuhan ekonomi, nilai tukar, tingkat inflasi, suku bunga, pendapatan konsumen dan tingkat pengangguran. Faktor-faktor ini mungkin memiliki dampak jangka panjang langsung atau tidak langsung pada usaha. Faktor ini juga akan memengaruhi daya beli konsumen.

Selain itu, perubahan ekonomi dapat memengaruhi model permintaan/penawaran produk. Akibatnya, hal itu juga memengaruhi cara menentukan harga produk dan layanan.

Dalam faktor Ekonomi *Spartan MMA Training Camp* akan sangat membantu dalam membuka lapangan kerja untuk mereka yang membutuhkan pekerjaan sesuai dengan bidang yang tersedia nantinya selain itu juga dapat membantu mengembangkan faktor perekonomian negara.

Namun faktor ekonomi juga dapat mempengaruhi jalannya bisnis atau usaha *Spartan MMA Training Camp*, karena jika ketika keadaan perekonomian negara tidak stabil, itu akan menyulitkan usaha *Spartan MMA Training Camp* mengalami kesulitan.

3. Sosial



Dalam PESTLE Analysis dimensi sosial yang dimaksud adalah karakteristik demografis, norma, adat istiadat, dan nilai-nilai populasi di mana organisasi beroperasi. Ini termasuk tren populasi seperti tingkat pertumbuhan penduduk, distribusi usia, distribusi pendapatan, sikap karir, penekanan keselamatan, kesadaran kesehatan, sikap gaya hidup dan hambatan budaya.

Faktor sosial ini sangat penting jika kamu ingin menarget produk pada karakteristik pelanggan tertentu. Selain itu, faktor ini juga dapat digunakan untuk mendapatkan tenaga kerja lokal dan kesediaannya untuk bekerja dalam kondisi tertentu. Faktor-faktor ini sangat menarik karena mereka memiliki efek langsung pada bagaimana pemasar memahami konsumen dan apa yang mendorong mereka tertarik akan suatu produk atau jasa.

Di jaman yang modern saat ini, olahraga beladiri cukup disukai dan diminati oleh orang-orang, apalagi mengenai budaya yang diterapkan dalam seni beladiri tersebut memiliki hal-hal positif yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari kita, seperti hal dalam menahan emosi atau dapat mengontrol emosi dan melatih konsentrasi. Sebenarnya masih banyak lagi norma-norma positif yang dapat diambil dari seni beladiri, hal itu dapat berbeda-beda tergantung seseorang menanggapinya.

4. Teknologi

Faktor ini berkaitan dengan inovasi dalam teknologi yang dapat memengaruhi operasi industri dan pasar secara menguntungkan atau tidak menguntungkan. Ini mengacu pada insentif teknologi, tingkat inovasi, otomatisasi, aktivitas penelitian dan pengembangan, perubahan teknologi dan jumlah kesadaran teknologi yang dimiliki oleh target pasar.

Faktor ini dapat memengaruhi keputusan untuk memasuki atau tidak memasuki industri tertentu, meluncurkan atau tidak meluncurkan produk tertentu atau melakukan aktivitas produksi di luar negeri.

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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



Dengan mengetahui apa yang terjadi dari segi teknologi, kamu dapat membantu perusahaan untuk lebih efektif dalam mengalokasikan dana untuk pengembangan teknologi yang berhubungan dengan produksi.

Perkembangan teknologi yang semakin maju memudahkan penulis untuk menjalan usaha *Spartan MMA Training Camp*, dari segi promosi, sudah sangat mudah mempromosikan atau memasarkan suatu usaha kepada masyarakat luas, bisa melalui website, sosial media seperti Instagram atau facebook dan iklan youtube. Sehingga hal ini merupakan sesuatu yang akan dimanfaatkan penulis untuk mengenalkan *Spartan MMA Training Camp* ke masyarakat luas.

Sistem pembayaran juga saat sudah sangat canggih, sekarang sudah tidak hanya pembayaran secara kartu debit atau bank, tapi ada juga Gopay, OVO, Dana dan Shopeepay. Selain itu juga pembayaran tersebut memiliki promo tersendiri yang saat ini sudah sangat banyak masyarakat yang menggunakan pembayaran seperti itu. Sehingga *Spartan MMA Training Camp* akan menerapkan sistem pembayaran yang sama sesuai dengan perkembangan teknologi.

5. Lingkungan

Faktor lingkungan berhubungan dengan meningkatnya kelangkaan bahan baku dan polusi. Lingkungan dan pemasaran terhubung di mana pemasaran dapat mempengaruhi lingkungan ketika melayani konsumen dengan produk dan layanan yang ada. Sehingga akan adanya tekanan dari pemerintah dan orang-orang untuk mengurangi limbah yang dihasilkan.

Spartan MMA Training Camp akan berdiri di daerah yang tentu akan strategis dan akan ramah lingkungan, selain itu juga kegiatan usaha yang berjalan disekitar usaha tidak akan menimbulkan dampak yang buruk terhadap lingkungan.



6. Legal

Faktor hukum meliputi – kesehatan dan keselamatan, peluang yang setara, standar periklanan, hak dan hukum konsumen, pelabelan produk dan keamanan produk. Jelas bahwa perusahaan/ pemasar perlu mengetahui apa yang legal dan apa yang tidak legal agar dapat berdagang dengan sukses.

Jika suatu perusahaan berdagang secara internasional, hal ini menjadi bidang yang sangat sulit untuk dilakukan karena setiap negara memiliki aturan dan peraturan sendiri.

Spartan MMA Training Camp akan berdiri secara legal dan sesuai dengan aspek hukum yang ada seperti memiliki surat berdirinya usaha yang biasa disebut SIUP, yang dapat diurus lewat pemerintahan.

Selain SIUP, penulis juga akan mengurus NPWP agar usaha dapat berjalan dengan lancar untuk kedepannya. Dan penulis akan menerapkan peraturan kerja atau kegiatan bisnis yang akan disesuaikan dengan peraturan dan kebijakan pemerintah secara legal. Seperti keamanan dan kenyamanan tenaga kerja dalam suatu perusahaan atau bisnis dan upah minimum sesuai penerapan pemerintah

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

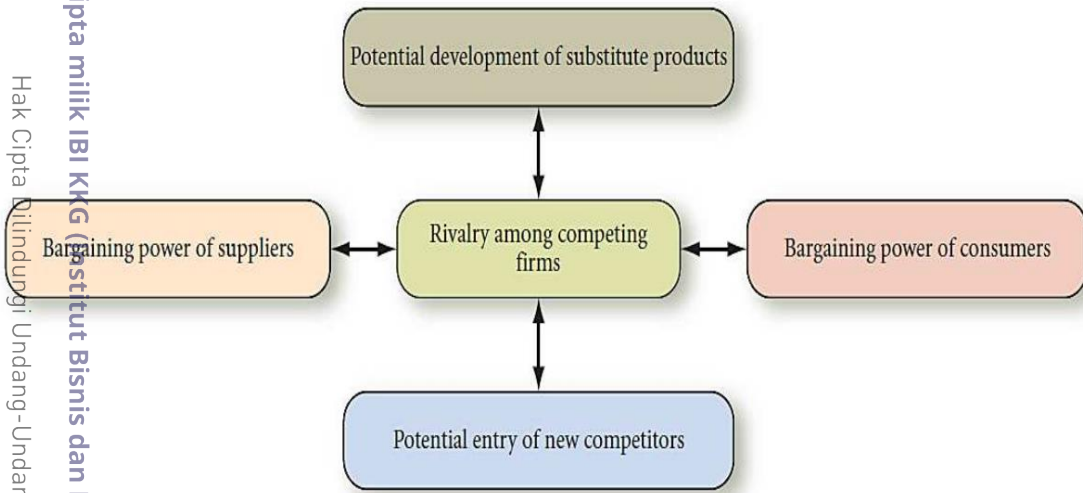
Menurut Fred R. David (2016:229), “*Porter’s Five-Forces Model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries. The intensity of competition among firms varies widely across industries.*”

Persaingan itu, menurut Porter adalah sebagai berikut:

1. Persaingan antar perusahaan pesaing
2. Potensi masuknya pesaing baru
3. Potensi pengembangan produk pengganti
4. Daya tawar pemasok
5. Daya tawar konsumen

Gambar 3.1

Model Lima Kekuatan Porter



Sumber: Fred R. David, (2016:229), Strategic Management

1. Persaingan antar Perusahaan Pesaing

Menurut Fred R. David (2016:230), "rivalry among competing firms is usually the most powerful of the five competitive forces. The strategies pursued by one firm can be successful only to the extent that they provide competitive advantage over the strategies pursued by rival firms. Changes in strategy by one firm may be met with retaliatory countermoves, such as lowering prices, enhancing quality, adding features, providing services, extending warranties, and increasing advertising."

Spartan MMA Training Camp akan bersaing secara harga, kualitas dan juga pelayanan yang akan diberikan. Hasil data evaluasi harga, kualitas dan pelayanan pesaing sudah dilakukan, dan dapat diusahakan bahwa Spartan MMA Training Camp akan memiliki keunggulannya tersendiri yang tidak akan kalah dari kedua pesaing tersebut.

Antara lain persaingan lewat harga, Spartan MMA Training Camp akan memastikan bahwa harga yang akan diterapkan dapat bersaing dan lebih terjangkau diantara kedua pesaing, berikutnya adalah kualitas, untuk kualitas disini bisa berbicara kualitas tenaga kerja dan



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. Daya Tawar Pemasok

Menurut Fred R. David (2016:231), “*the bargaining power of suppliers affects the intensity of competition in an industry, especially when there are few suppliers, when there are few good substitute raw materials, or when the cost of switching raw materials is especially high. It is often in the best interest of both suppliers and producers to assist each other with reasonable prices, improved quality, development of new services, just-in-time deliveries, and reduced inventory costs, thus enhancing long-term profitability for all concerned.*”

Pemasok bagi sasana *Spartan MMA Training Camp* akan berupa kemitraan atau kerjasama dengan beberapa brand peralatan dan perlengkapan olahraga beladiri yang ada. Sehingga dengan menciptakan kemitraan atau kerjasama dengan beberapa perusahaan brand berupa peralatan olahraga, perlengkapan olahraga seperti pakaian olahraga dan lain-lainnya, hal ini dapat memperkuat sasana *Spartan MMA Training Camp* dan dapat lebih dipercaya oleh masyarakat luas.

5. Daya Tawar Konsumen

Menurut Fred R. David (2016:232), “*When customers are concentrated or large in number or buy in volume, their bargaining power represents a major force affecting the intensity of competition in an industry. Rival firms may offer extended warranties or special services to gain customer loyalty whenever the bargaining power of consumers is substantial. Bargaining power of consumers also is higher when the products being purchased are standard or undifferentiated. When this is the case, consumers often can negotiate selling price, warranty coverage, and accessory packages to a greater extent.*”

Spartan MMA Training Camp akan menyediakan paket-paket yang beragam dengan harga yang beragam juga, yang dimana paket-paket tersebut memiliki tingkat *membership* yang berbeda-beda dan memiliki *benefit* disetiap masing-masing paket. Sehingga konsumen atau *member* akan memiliki pilihan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan mereka masing-masing. Tidak hanya paket-paket *membership* yang beragam tapi juga akan memberikan diskon disetiap paketnya juga terutama untuk paket yang paling tinggi atau atas, dengan begitu konsumen atau *member* tidak kecewa dengan apa yang mereka dapat dari paket yang mereka pilih atau beli.

Copyright © 2023 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Tidak mengutip sebagian atau seluruhnya atau mengubahnya atau menyebarkan karya tulis ini tanpa menuliskan sumbernya.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 - 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.

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

Menurut Fred R. David (2016:236) “*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm’s strategic position. The weights and total weighted scores in both a CPM and an EFE have the same meaning. However, critical success factors in a CPM include both internal and external issues; therefore, the ratings refer to strengths and weaknesses, where 4 = major strength, 3 = minor strength, 2 = minor weakness, and 1 = major weakness. The critical success factors in a CPM are not grouped*”.

Matriks ini dapat membantu perusahaan dalam membandingkan apa yang menjadi keunggulan pada tiap-tiap perusahaan. Faktor penentu keberhasilan pada matriks ini mencakup masalah internal dan eksternal dari suatu perusahaan di dalam industri. Sehingga peringkat yang digunakan pada matriks *CPM (Competitive Profile Matrix)* mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan kecil, 2 = kelemahan kecil, dan 1 = kelemahan utama.

Matriks ini akan sangat membantu dalam menunjukkan kepada pebisnis atau pengusaha mengenai titik kuat dan titik lemah antara pebisnis dan pesaingnya. Nilai *CPM* diukur atas dasar faktor penentu keberhasilan, setiap faktor diukur dalam skala yang sama untuk setiap perusahaan hanya rating-nya yang bervariasi. *CPM* juga memudahkan pebisnis untuk menganalisis pesaing secara komparatif. Analisis yang dilakukan akan secara keseluruhan, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal, Hal ini berbeda dengan penilaian kondisi internal dan kondisi eksternal perusahaan melalui *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan *External Factor Evaluation (EFE)* yang di mana hanya masing-masing faktor internal dan eksternal saja. Berikut adalah komponen-komponen yang terdapat pada metode Competitive

Profile Matrix:





Tabel 3.3

<i>Competitive Profile Matrix Spartan MMA Training Camp</i>							
Key Succes Factor	Weight	Spartan MMA Training Camp		Jakarta Muay Thai & MMA Training Camp		Beat Up Camp Senayan	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Brand	0.10	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Beragam Kelas Beladiri Yang Tersedia	0.30	4	1,2	4	1,2	3	0,9
Pelayanan	0.14	4	0,56	3	0,42	3	0,42
Harga Terjangkau	0.10	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Lokasi Usaha	0.06	3	0,18	3	0,18	3	0,18
Kualitas Pelatih	0.14	4	0,56	4	0,56	3	0,42
Kelengkapan Peralatan Beladiri	0.10	4	0,4	4	0,4	3	0,3
Sistem Pembayaran	0.06	4	0,24	3	0,18	3	0,18
Total	1		3,74		3,54		3,00

Sumber: *Spartan MMA Training Camp*

Angka bobot yang tertera pada CPM dalam tabel 3.2 didapatkan dari hasil survey kuesioner 61 Responden yang terdiri dari pelajar, mahasiswa, pengusaha, karyawan, freelance, dan lain-lainnya. Rentang usia yang ada mulai ada dari 5 tahun sampai dengan umur diatas 45 tahun. Penentu faktor keberhasilan usaha *Gym* atau Sasana Beladiri ini terletak pada banyaknya variasi kelas beladiri yang disediakan, pelayanan yang diberikan, harga yang terjangkau dan kualitas pelatih. Hal ini sudah termasuk kedalam keunggulan Spartan MMA Training Camp yang dimana mengutama pengalaman dan kualitas pelatih, harga yang beragam yang dapat disesuaikan dengan konsumen atau member dan memberikan pelayanan terbaik.

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

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



Dari hasil tabel 3.2 Spartan MMA Training Camp dan Jakarta Muay Thai & MMA Training Camp menduduki posisi yang sama diantara pesaingnya, dengan memiliki poin yang sama, namun memiliki keunggulan dan kelemahan yang berbeda. Yang dimana Spartan MMA Training Camp mengedepankan harga dan memberikan pelayanan yang terbaik, sedangkan untuk Jakarta Muay Thai & MMA Training Camp yang sudah cukup terkenal brand dan kualitas pelatihnya serta kelengkapan peralatan beladiri, yang menjadi kekuatan usaha tersebut. Sedangkan untuk pesaing yang satunya lagi dari hasil analisis CPM yang rendah tidak bisa menentukan secara keseluruhan bahwa bisnis tersebut lebih buruk. Angka-angka tersebut hanya menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki setiap usaha dan setiap usaha memiliki kekuatan dan kelemahan pada setiap bidang dan strategi mereka masing-masing.

Kedepannya Spartan MMA Training Camp akan menganalisis lagi dan mempersiapkan strategi lebih lagi untuk mendapatkan posisi pertama serta melakukan antisipasi perubahan yang akan terjadi kedepannya

1. Nama Brand atau Usaha

Spartan MMA Training Camp akan menjadi usaha Gym atau Sasana Beladiri pendatang baru yang akan bersaing dengan brand yang sudah ada dan cukup terkenal. Dari hasil kuesioner yang diberikan logo atau brand Spartan MMA Training Camp mendapatkan *rating* 3, dari apakah cukup kuat untuk bersaing dengan brand-brand yang sudah ada.

2. Beragam Kelas Beladiri yang tersedia

Poin yang didapatkan pada faktor ini adalah yang paling tinggi dibandingkan dengan faktor yang lain yaitu 0,3 dengan *rating* 4. Dikarenakan semakin banyaknya variasi kelas

beladiri yang dimiliki akan menarik konsumen atau masyarakat yang ingin mencoba dan tertarik dengan berbagai teknik beladiri yang ada.

3. Pelayanan

Faktor ini juga tidak kalah pentingnya, karena faktor pelayanan memiliki score 0,56 dengan rating 4, yang akan menjadi poin yang menarik bagi konsumen atau masyarakat juga. Karena konsumen yang mendapatkan pelayanan yang ramah dan baik untuk mendapatkan loyalty dari konsumen atau member. *Spartan MMA Training Camp* akan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen atau *member* mulai dari staff admin sampai pelatihnya akan berperilaku ramah untuk konsumen lama maupun konsumen baru, terutama untuk mereka yang baru pertama kali hadir dan masih baru memahami seni bela diri.

4. Harga yang Terjangkau

Dengan rating 3, *Spartan MMA Training Camp* menyediakan paket kelas yang beragam dengan program membership yang dapat dibayar dengan paket sebulan atau setahun maupun per kali kedatangan, sangat dapat disesuaikan dengan konsumen atau member. Alasan diberikannya rating 3 dikarenakan ada beberapa paket yang terjangkau harganya, namun ada juga harga paket kelas yang lumayan tinggi mengikuti program kelas yang ada, terutama pada bagian program kelas *private BJJ (Brazilian Jiu-Jitsu)*.

5. Lokasi Usaha

Spartan MMA Training Camp ditargetkan akan berlokasi di daerah Jakarta Selatan yaitu senayan, kebayoran baru. Dilihat dari aktifitas pekerja seperti pekantoran cukup aktif di daerah ini, yang dapat menjadi peluang bagi tempat latihan gym atau sasana beladiri. Dan untuk daerah





sekitar baru ada 2 pesaing yang buka dengan bidang bisnis yang sama. Melalui survey pesaing, *Spartan MMA Training Camp* dapat bersaing dalam beberapa aspek terutama pada bagian pelayanan dan harga.

6. Kualitas Pelatih Beladiri

Kualitas pelatih menjadi salah satu poin utama yang akan membuat bisnis gym atau sasana beladiri untuk dapat berjalan, karena kualitas pelatih yang menonjol akan menjadi salah satu daya tarik konsumen atau masyarakat untuk join atau masuk kedalam gym atau sasana beladiri, dikarenakan mereka percaya dengan kualitas pelatih yang ada. Kualitas pelatih disini berbicara jam terbang atau pengalaman pelatih tersebut, bahkan seberapa pengaruhnya pelatih tersebut dalam dunia seni bela diri, terlatih dan pernah berprestasi dalam dunia seni bela diri. Diberikannya *rating* 4, karena *Spartan MMA Training Camp* akan menyediakan kualitas pelatih yang berpengalaman dan berprestasi dalam seni bela diri untuk melatih konsumen atau member.

7. Kelengkapan Peralatan Beladiri

Peralatan beladiri yang ada dapat menjadi faktor yang pendukung untuk Gym atau Sasana beladiri, karena dengan adanya peralatan beladiri yang tersedia dapat membantu proses latihan beladiri, sehingga semakin lengkapnya peralatan beladiri yang ada akan memudahkan peelatih dalam proses pelatihan beladiri dan memudahkan untuk konsumen atau member dalam proses latihan mereka. Diberikan *rating* 4, karena kelengkapan peralatan beladiri di *Spartan MMA Training Camp* akan semaksimal mungkin untuk dikerahkan, dibandingkan dengan pesaing-pesaing yang ada. Dimana peralatan yang belum ada di tempat pesaing akan ada di *Spartan MMA Training Camp*.

8. Sistem Pembayaran

Semakin berkembangnya teknologi, sistem pembayaran juga semakin canggih, dimana sekarang masyarakat dapat membayar barang atau produk dan jasa tanpa menggunakan cash, tapi dengan kartu hingga aplikasi dan scan barcode. Sehingga Spartan MMA Training Camp akan menerapkan sistem pembayaran yang beragam mulai dari cash, debit, credit, Gopay, Dana dan lain-lainnya mengikuti perkembangan teknologi, yang disini bertujuan untuk memudahkan konsumen atau member dalam memudahkan mereka untuk melakukan pembayaran karena banyaknya pilihan sistem pembayaran. Pemberian *rating* 4, karena sistem pembayaran yang ada akan dibuat lengkap dan mengikuti perkembangan teknologi, sehingga konsumen atau *member* dapat memiliki banyak metode pemilihan pembayaran.

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

Analisis SWOT, yaitu kegiatan untuk mengetahui peluang, ancaman, maupun kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri, hal ini sangat penting dilakukan untuk kemajuan serta kesuksesan suatu bisnis. Berikut beberapa definisi menurut Fred R. David:

Menurut Fred R. David (2016:251), "*The Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats (SWOT) Matrix is an important matching tool that helps managers develop four types of strategies: SO (strengths-opportunities) strategies, WO (weaknesses-opportunities) strategies, ST (strengths-threats) strategies, and WT (weaknesses-threats) strategies. Matching key external and internal factors is the most difficult part of developing a SWOT Matrix, as it requires good judgment and there is no one best set of matches*".

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah suatu cara atau metode untuk pebisnis dapat mengetahui kelemahan, kekuatan, ancaman dan peluang yang ada dari penggambaran dan membandingkan bagaimana kondisi dan cara untuk mengevaluasi suatu masalah bisnis dan proyek. Untuk membantu penerapan strategi dan rencana kedepannya berdasarkan faktor eksternal dan internal, yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman).





Berikut ini analisis *SWOT Spartan MMA Training Camp*:

1. *Strength* (Kekuatan)

Disingkat juga dengan “S”, yaitu suatu karakteristik organisasi ataupun proyek yang memberikan kelebihan atau keuntungan dibandingkan dengan yang lainnya.

Strength Spartan MMA Training Camp:

- a. Harga yang terjangkau
- b. Kualitas Pelatih, yang sudah berpengalaman dan terlatih
- c. Beragam kelas Olahraga Beladiri yang tersedia
- d. Pelayanan yang ramah dan terfokus dalam memahami *member* atau konsumen
- e. Tempat olahraga beladiri yang aman dan nyaman

2. *Weakness* (Kelemahan)

Disingkat juga dengan “W”, yaitu salah satu karakteristik yang berkaitan dengan kelemahan pada organisasi ataupun proyek dibandingkan dengan yang lainnya.

Weakness Spartan MMA Training Camp:

- a. Nama Brand yang masih baru dan belum dikenal oleh masyarakat luas
- b. Sudah banyak sasana yang dibuka atau pesaing sudah cukup banyak, bahkan beberapa sudah ada yang cukup terkenal.

3. *Opportunity* (Peluang)

Disingkat juga dengan “O”, yaitu suatu peluang yang dapat dimanfaatkan bagi organisasi ataupun proyek untuk dapat berkembang di kemudian hari.

Opportunity Spartan MMA Training Camp:

- a. Masih banyak orang yang tertarik dan ingin coba belajar beladiri

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak 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.



- b. Teknologi yang selalu berkembang
- c. Penambahan kelas beladiri yang lain, karena masih banyak jenis kelas beladiri yang bisa dimasukkan kedalam program latihan
- d. Banyaknya media sosial dan internet yang dapat membantu proses promosi

© Hak cipta milik IBI KKK Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4 Threats (Ancaman)

Disingkat juga dengan “T”, yaitu suatu ancaman yang akan dihadapi oleh organisasi ataupun proyek yang dapat menghambat perkembangannya.

Threats bagi *Spartan MMA Training Camp*:

- a. Pesaing sudah berpengalaman dalam membuat loyalitas konsumen atau *member-nya*
- b. Konsumen atau *member* yang cepat bosan terhadap program latihan atau olahraga beladiri
- c. Terjadinya kecelakaan atau cedera dalam proses latihan beladiri

Menurut Fred R. David (2016:251), “*The Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats (SWOT) Matrix is an important matching tool that helps managers develop four types of strategies: SO (strengths-opportunities) strategies, WO (weaknesses-opportunities) strategies, ST (strengths-threats) strategies, and WT (weaknesses-threats) strategies.*”³ Matching key external and internal factors is the most difficult part of developing a SWOT Matrix, as it requires good judgment—and there is no one best set of matches. Note in Table 8-1 that the first, second, third, and fourth strategies are SO, WO, ST, and WT strategies, respectively.”

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

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 adalah matriks SWOT Spartan MMA Training Camp:

Tabel 3.4

Matriks SWOT Spartan MMA Training Camp

<p style="text-align: center;">Internal</p>	<p style="text-align: center;"><u>Strength (S)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga lebih murah 2. Kualitas Pelatih, terbaik 3. Beragam kelas beladiri 4. Pelayanan yang ramah 5. Tempat aman dan nyaman 6. Sistem pembayaran lengkap 	<p style="text-align: center;"><u>Weakness (W)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nama Brand yang baru 2. Pesaing yang sudah cukup dikenal
<p style="text-align: center;">Opportunity (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masih ada orang yang tertarik dengan beladiri 2. Teknologi yang selalu berkembang 3. Penambahan kelas beladiri yang lain 4. Banyaknya media sosial dan internet 	<p style="text-align: center;"><u>Strategi (SO)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. menjual paket program latihan beladiri dengan harga yang terjangkau (S1,S3,O1,O3) 2. Pelatih yang sudah berpengalaman (S2,S4,O1) 3. Melakukan promosi dengan menggunakan aplikasi yang sedang <i>trend</i> (S4,O2,O4) 	<p style="text-align: center;"><u>Strategi (WO)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan nama brand yang baik dan berkualitas di mata masyarakat (W1,O4) 2. Menganalisis, menerapkan strategi dan mengevaluasi (W2,O3)
<p style="text-align: center;">Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesang sudah berpengalaman 2. Konsumen atau <i>member</i> yang cepat bosan 3. Kecelakaan saat proses latihan 	<p style="text-align: center;"><u>Strategi (ST)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menerapkan promosi untuk menarik konsumen (S1,S3,S4,T1) 2. Pelatih yang inovatif dan kreatif. (S2,S3,S4,T2,T3) 	<p style="text-align: center;"><u>Strategi (WT)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan Program Kelas yang berbeda dan baru (W1,W2,T1,T2) 2. Melakukan evaluasi terhadap pelatih. (W1,W2,T1,T2,T3)

Sumber: Spartan MMA Training Camp

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengidentifikasi sumbernya.
 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.



Berikut keterangan dari penjelasan Matriks SWOT:

a. Strategi S-O

1. menjual paket program latihan dengan harga yang terjangkau (S1,S3,O1,O3)

Spartan MMA Training Camp, menjual paket program kelas yang akan berbeda-beda dan bisa disesuaikan dengan keinginan konsumen atau *member*, selain program latihannya, *Spartan MMA Training Camp* juga akan menjual paket membership dengan varian bulanan maupun per-kedatangan, yang dimana paket ini akan berfokus pada dimana *member* dapat menyesuaikan jumlah kehadiran keelas yang bisa diikutinya dan harganya juga dapat beragam dan dapat disesuaikan Kembali kepada konsumen atau *member*.

2. Pelatih yang sudah berpengalaman (S2,S4,O1)

Spartan MMA Training Camp akan mempersiapkan pelatih beladiri yang sudah berpengalaman dengan banyak olahraga beladiri yang ada, selain pengalaman beladirinya, pelatih yang ada juga akan memiliki prestasi pada bidang olahraga terutama pada bagian cabang pertarungan *MMA (Mixed Martial Arts)*. Dan poin utama yang harus dimiliki seorang pelatih adalah cara dari mereka mengajar dan menerapkan teknik beladiri kepada *member*, dilihat dari apakah mereka dapat dengan sabar dan ramah dalam mengajarkan beladiri kepada *member*. Sehingga untuk mengatasi masalah ini, nantinya pelatih yang ada juga akan ada pelatihan tentang tata cara dan pelayanan seperti apa yang harus diberikan kepada *member*.

3. Melakukan promosi (S4,O2,O4)

Promosi yang akan diterapkan oleh *Spartan MMA Training Camp* akan lebih memanfaatkan media sosial seperti *Instagram, Facebook, Iklan Youtube*, dan paling utama ada website yang dapat bermanfaat untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang *Spartan MMA Training Camp* itu seperti apa, *pricelist* dan gambaran tempat.

Hak Cipta dan Merek Dagang 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.



d. Strategi W-T

1. Menciptakan Program Kelas yang berbeda (W1,W2,T1,T2)

Selain persaingan harga, kelas beladiri yang berebeda dan program latihan yang berbeda dengan pesaing dapat menjadi keunggulan tersendiri. Dengan menyediakan kelas beladiri yang belum diterapkan olah pesaing dan program kelas yang berbeda, dapat membuat konsumen atau masyarakat tertarik untuk masuk dan mencobanya sendiri.

2. Melakukan evaluasi (W1,W2,T1,T2,T3)

Dalam mencegah terjadi kecelakaan atau cedera pada saat latihan olahraga beladiri, pelatih harus selalu mengawasi kegiatan olahraga yang dilakukan oleh konsumen atau *member* di dalam kelas, serta *Spartan MMA Training Camp* akan mencegah hal ini dengan membuat tempat latihan yang aman dan nyaman untuk latihan, seperti membuat seluruh ruangan latihan dipenuhi dengan matras yang empuk dan tidak mudah licin, tembok yang juga ditempelin matras dan menghindari peralatan tajam yang dapat membahayakan proses latihan beladiri.