



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Industri adalah keseluruhan dari semua kegiatan ekonomi oleh perusahaan, orang, dan organisasi yang terlibat dalam produksi barang dan jasa untuk bidang tertentu. Industri biasanya dikategorikan berdasarkan barang dan jasa yang mereka hasilkan. Semua industri menggunakan input material dari sektor lain dan input faktor dari ekonomi umum dan mengubahnya menjadi produk jadi dengan menggunakan proses produksi. Persaingan industri mencakup bisnis yang menjual produk atau layanan serupa.

Analisis industri memungkinkan Anda menilai keseluruhan industri yang telah Anda pilih untuk bisnis Anda. Analisis industri dapat berupa laporan yang berdiri sendiri atau dapat dimasukkan sebagai bagian dari rencana bisnis. Analisis industri biasanya melihat perusahaan dominan dalam industri tertentu, penawaran dan permintaan dalam industri, apakah industri tersebut sedang tumbuh, peluang potensial dalam industri dan faktor sosial, politik dan ekonominya. Tujuan dari analisis industri adalah untuk membandingkan bisnis atau ide bisnis Anda dengan industri secara keseluruhan. Anda dapat melihat di mana bisnis Anda cocok di industri dan menemukan cara kreatif untuk membedakan diri Anda.

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Salah satu tren teknologi terbesar yang muncul dalam beberapa tahun terakhir adalah Internet of Things. Sederhananya, *Internet of Things* (disingkat IOT) adalah gagasan bahwa semua perangkat teknologi dapat dihubungkan ke internet dan satu sama lain dalam upaya untuk menciptakan persatuan yang sempurna antara dunia fisik dan digital. Penerapan pemasaran media sosial memanfaatkan sistem IOT untuk menarik dan tumbuh menuju tren basis konsumen.

1. Dilarang menyalin atau menjiplak karya tulis ini tanpa 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 IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Pemasaran media sosial adalah penggunaan platform media sosial untuk terhubung dengan audiens Anda untuk membangun merek Anda, meningkatkan penjualan, dan mengarahkan lalu lintas situs web. Ini melibatkan penerbitan konten hebat di profil media sosial Anda, mendengarkan dan melibatkan pengikut Anda, menganalisis hasil Anda, dan menjalankan iklan media sosial.

My business - Pawfecton operates through the internet via outlets such as social media, private web pages, and online shopping. Products we sell tend to the fashion requirements of domestic pets; which is designed and marketed in integrated technology. It makes use of online algorithms that will direct customers to what they want to buy, specifically pet accessories along with customized clothes for the owners to match with pets.

Peralatan dan persediaan hewan peliharaan adalah kategori CPG e-commerce terbesar kedua dan ketiga di seluruh industri. Janji kemakmuran sangat tinggi dalam sektor makanan alami, perawatan hewan, dan pasokan.



C Hak cipta milik

IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

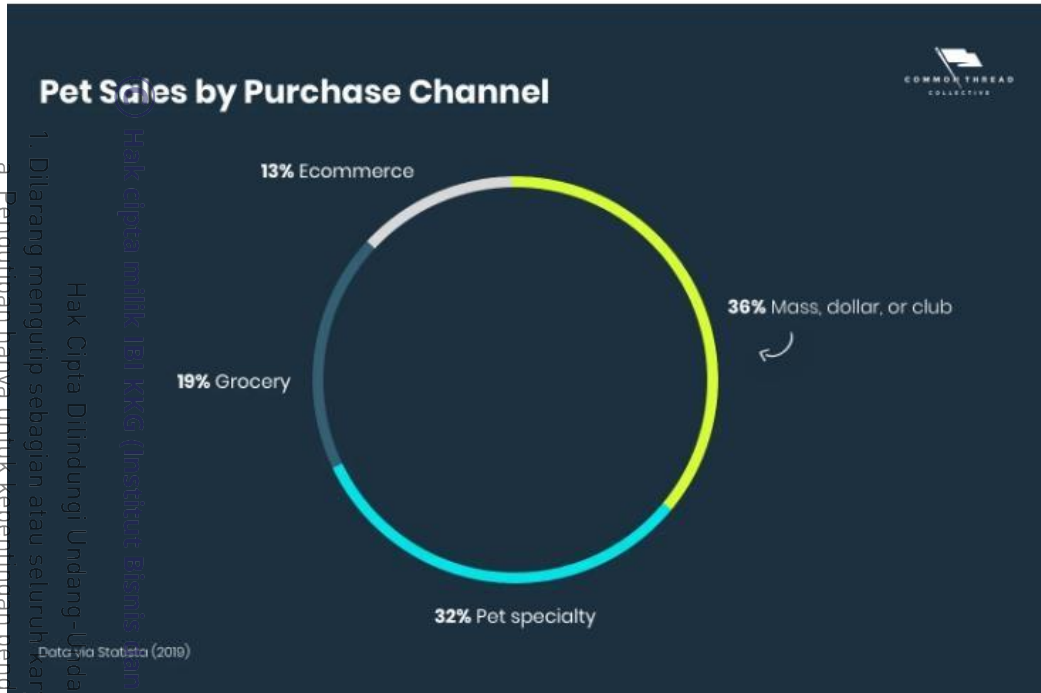
Insitu Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

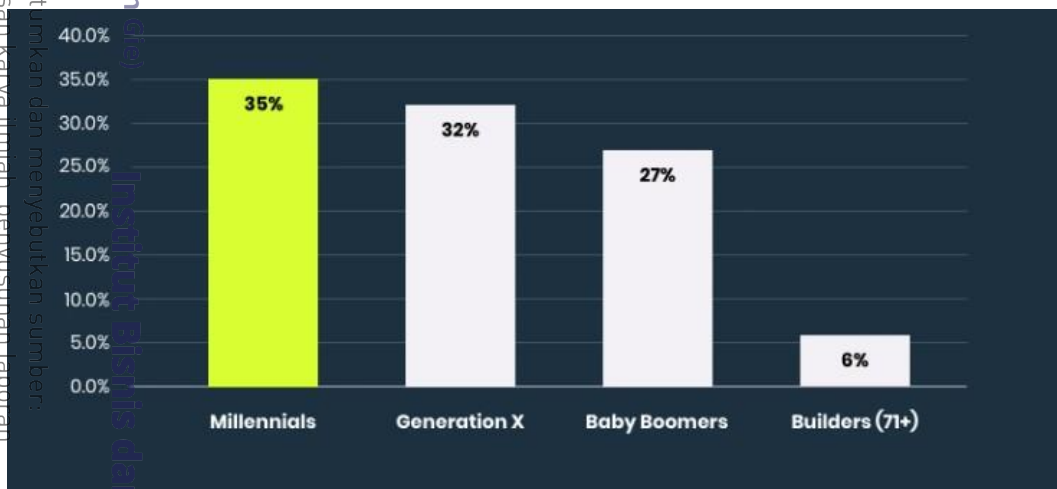


Khususnya dalam sektor e-COMMERCE, terdapat ruang yang signifikan untuk pematangan, karena preferensi pelanggan untuk berbelanja produk hewan peliharaan di situs e-niaga diperkirakan tumbuh sebesar 9,4% - peningkatan yang cukup besar dibandingkan pangsa pasarnya yang sudah 13%.

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.



Generasi Baby Boomers tidak lagi mewakili porsi terbesar pemilik hewan peliharaan; gelar itu sekarang menjadi milik Milenial. Merek hewan peliharaan yang akan memenangkan masa depan industri harus memahami perbedaan generasi Milenial dari generasi lainnya.



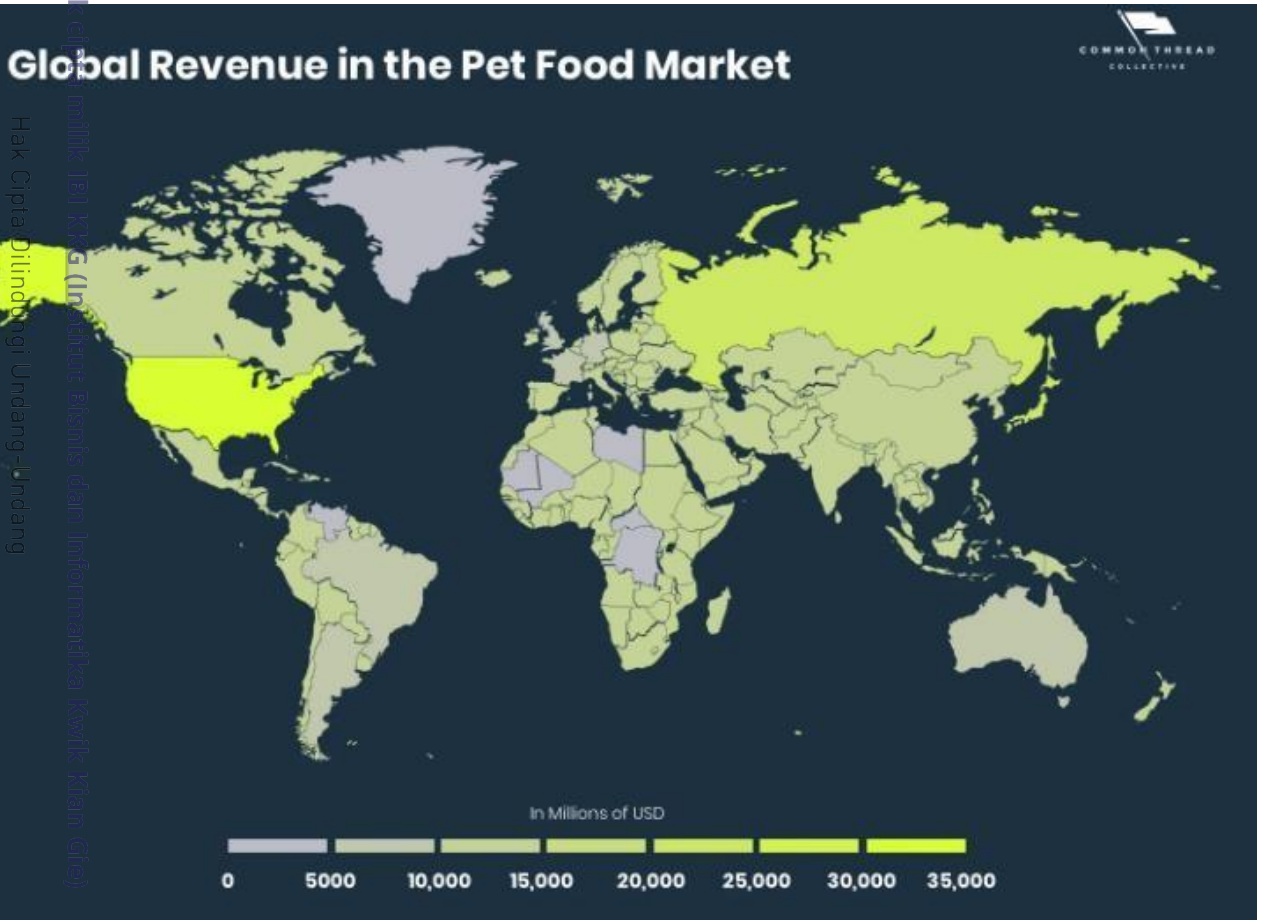
Daya beli digital tidak dapat berjalan tanpa menekankan pentingnya pemasaran dalam ruang itu. Generasi millennial hampir mengandakan baby boomer dalam kaitannya dengan

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

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



waktu yang dihabiskan di media sosial - 90,4% millennial adalah pengguna media sosial aktif dibandingkan dengan 48,2% Baby Boomers (eMarketer, 2019).



B Analisis Pesaing

Persaingan bisnis adalah proses perusahaan dan individu bersaing dalam industri atau bidang yang sama. Persaingan semacam ini berlaku untuk hampir semua bisnis dan karyawan.

Persaingan adalah fakta dalam berbisnis. Bisnis melihat persaingan dalam bentuk harga, kualitas, desain, penjualan, lokasi, dan hampir setiap proses bisnis. Jenis persaingan dapat diklasifikasikan menjadi tiga: persaingan langsung, tidak langsung, potensi, atau pengganti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Pesaing langsung adalah vendor yang menjual produk yang sama kepada audiens yang sama dan bersaing untuk pasar potensial yang sama.

Pesaing tidak langsung adalah vendor yang menjual produk atau jasa yang belum tentu sama tetapi memenuhi kebutuhan konsumen yang sama.

Pesaing pengganti (disebut juga pesaing potensial) adalah vendor yang memiliki kemampuan untuk mengganti penawaran bisnis secara bersamaan dengan memberikan solusi baru.

Below are some trusted Online Pet Stores located in Jakarta:

1.) De Puppy

De Puppy is an online pet store that caters exclusively to dogs. From food, supplements, grooming items, feeding and training tools, dog beds to accessories and quality clothes including those that are handmade and imported, De Puppy ensures that your dog friends get the utmost top quality of pet supplies.

www.depuppy.com

T: (+62 819) 3153 2355

E: order@depuppy.com

2.) Jakarta Best Pet Shop

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantarkan 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.

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



Jakarta Best Pet Shop offers a wide range of pet products online specifically focused on dogs and cats, which includes popular brands such as Pro Pac, Whiskas, Sleeky, Happi Dog, Smart Bones, Friskies and more. Ordering from this website is a little different compared to other online stores as you are required to contact them to ensure the stock of a particular product is available first, then check-out your order via a bank transfer. While it is a slightly more complicated process, the website encourages this type of two-way communication because it also allows you to ask important questions, get more detailed information on products or receive better recommendations. You could also always directly contact the number without visiting the website over and over again to re-order certain products.

www.jakartabestpetshop.com

T: (+62811) 958 372 or (+62851) 0270 3012

E: jakartabestpetshop@gmail.com

3.) Lush Pet & Co.

Lush Pet & Co is an online pet store that aims to provide only —natural products for your four legged friends. Inspired by the owner's own struggles to find appropriate products for their pets' health conditions, Lush Pet & Co dedicates their site to find and sell pet food, treats, and supplements made only from natural ingredients to keep your pets healthy and potentially reduce certain ailments including allergies, digestive disorders and more. Most of their products are imported brands from Japan, USA, and Canada.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.

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



www.lushpetsco.com

T: (+62811) 1190 440 or (+6221) 5221 510

4.3 Peata.id

At Peata.id, you can find a range of supplies to cater to different types of pets, which include dogs, cats, hamsters, birds, and reptiles. On top of the essential requirements such as wet and dry food, grooming products, toys, and accessories, you will also be able to obtain certain types of medicines, supplements and even cute outfits for your beloved animal friends here. You could get your orders delivered on the very same day provided it has been checked-out (paid for) before 3 pm on Mondays to Saturdays.

www.peata.id

T: (+62812) 929 2288

E: peata.id@gmail.com

5.) Pet Shop Indonesia

Not only can you find a wide range of supplies for common pets such as dogs, cats, fish and small birds here, Pet Shop Indonesia also offers special products to cater to more exotic animals like parrots and snakes. You can find almost anything on the site's comprehensive list of supplies, from basic needs such as food, medicines, accessories and training essentials to more



specific items such as pump and filters for aquariums, different kinds of terrariums and other breeding requirements such as incubators, lighting and heating fixtures and more.

www.petshopindonesia.com

T: (+62) 812 1212 9775

Overall, Competition between businesses is good for customers because it means that businesses have to offer good-quality products and services at the right price . In addition, if one of the businesses charges a higher price for a very similar product, that business will lose customers.

Since this product range is mass market, as an owner I feel that of competition is tight. Writing on the growth of e-commerce for pet food and other pet products leading into 2020, Tom Elliott, managing director of investment firm Capstone Headwaters, said, —One of the driving factors behind the trend was the growth of millennial pet owners that were preconditioned to online shopping. The pandemic has taken this storyline and put it on steroids.

Analisis PESTEL

A PESTEL analysis is a tool or framework for marketers. You can use it if you are seeking to analyze and screen the external marketing environment of your company. The strategic management tool gauges macro-environmental factors. The results make decision-making much easier.

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Dilarang menyalin, mengutip, sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip 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.



You can judge 6 types of environmental influences in the PESTEL framework. They are political, economic, social, technological, environmental, and legal. You should not see these factors as independent factors. They are all interdependent. For example, technological advances can affect the economy in different markets.

1. Political (Politik)

PESTEL analysis's political factors include all governmental aspects which directly or indirectly affect your company's business activities. These factors include:

- the country's economic system,
- current and future foreign policy,
- bilateral relations,
- the stability of the political system,
- freedom of press,

Perfection is a legal business with legal documents already obtained (OSS /NIB/ IJIN USAHA). Payments online will be made via Paypal if International and so \$ will be converted into IDR. Local purchases will be in IDR.

2. Economy (Ekonomi)

Economic factors can provide insight into the economic development of the markets your company is interested in. These factors include:

- economic growth,

Hak cipta dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang

1. Pelajaran mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

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



- *gross domestic product,*
- *population,*
- *production conditions,*
- *consumer behavior,*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

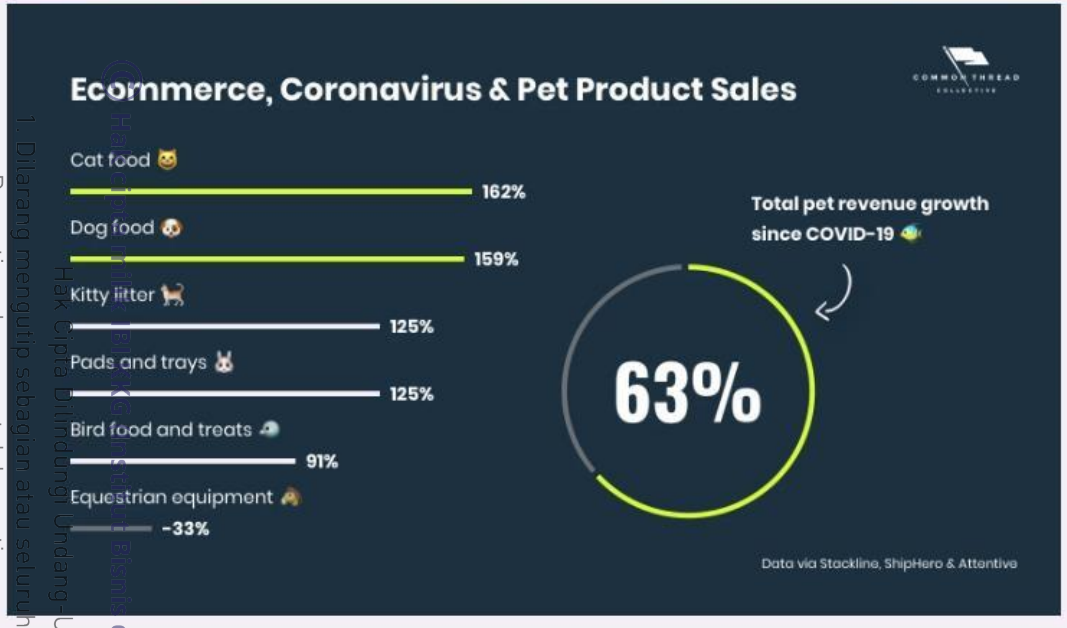
Pertumbuhan Ekonomi Indonesia (%YoY)



Sumber: BPS, Kemenkeu – Litbang KJ/and

KORAN JAKARTA/ONES

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



As we can see from the graphs above, the economy is still growing even during the pandemic. People are nowadays doing online shopping to avoid going out and having physical contact with people. Many people are also taking in new pets everyday since they are feeling lonely at home. This means that the economy will constantly grow. We also can see that the new era of buyers are now Millennials and they have a culture /experience of online shopping.

3. Social (Sosial)

When describing the socio-cultural factors, you should first consider demographics:

- age distribution,
- social classes,
- life expectancy,
- population growth rate,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengidentifikasi sumber, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 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 SIAPA BILINDUNG UNDANG-UNDANG



- language,

The language that will be used to engage will be English, however Instagram offers translations too for people of other countries. Millennials nearly double baby boomers in relation to time spent on social media — 90.4% of millennials are active social media users compared to 48.2% of Baby Boomers (eMarketer, 2019).

4. Technology (Teknologi)

Technological developments can also lead to both opportunities and risks for your business model. The technological factors you should consider in a PESTEL analysis include:

- government expenditure on research and development,
- the level of innovation,

Menurut survei pemilik hewan peliharaan internasional yang dilakukan oleh Packaged Facts pada Agustus 2020, 79% pemilik mengatakan mereka lebih sering menggunakan internet, dengan 71% memesan dan membeli lebih banyak secara online, 56% memesan / membeli lebih banyak dengan aplikasi ponsel cerdas, dan 49% membeli bahan makanan secara online lebih banyak. Sekarang, dengan pandemi yang meledak, e-commerce telah dilacak dengan cepat sedemikian rupa sehingga dalam semalam, strategi online yang kuat telah menjadi komponen penting dari operasi pasar hewan peliharaan besar dan kecil,” tulis David Lummis, pemimpin analis pasar hewan peliharaan untuk Fakta yang Dikemas, dalam Laporan Status Industri Berita Produk Hewan Peliharaan & Panduan Pembelian Tahunan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta dimiliki oleh IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.



Pawfection operates through the internet via outlets such as social media, private web pages, and online shopping. Products we sell tend to the fashion requirements of domestic pets;

which is designed and marketed in integrated technology. It makes use of online algorithms that will direct customers to what they want to buy, specifically pet accessories along with fashion for owners and pets.

5. Legal

Your company's scope of action in a targeted market largely depends on the legal system of the country in question as well as the legal awareness of the general population. In a PESTEL analysis, you will examine which of the following factors, among others, impact your company:

- competition laws,*
- antitrust laws,*
- environmental regulations,*
- consumer protection laws,*
- occupational health and safety requirements,*

Pawfection is a legal business with legal documents already obtained (OSS /NIB/ IJIN USAHA). Payments online will be made via Paypal if International and so \$ will be converted into IDR. Local purchases will be in IDR.

6. Environment (Lingkungan)

The environmental factors include physical and geographical features such as:

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan seluruh atau sebagian dari isi dan gambar tanpa izin IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



- *climate,*
- *topography,*
- *country size,*

Pawfection will use its platform to build a positive society of pet lovers. We will also frequently share news on how to take care of pets properly and we will shine light on negative cases going around in the media. We want to be completely transparent with our community members. We will follow organizations such as Karmagawa (on IG and other social media platforms). We will expose cases of animal abuse and spread the word online to help educate people on how to report these cases to their local authorities and help animals in such a state.

D Analisis Lima Kekuatan Porter

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

Lima Kekuatan Persaingan model Porter adalah suatu alat yang sederhana namun sangat berguna untuk memahami dimana letak kekuatan perusahaan kita dalam menghadapi situasi persaingan di dunia bisnis. Dengan menggunakan Analisis Lima Kekuatan ini, kita dapat memahami kekuatan posisi persaingan saat ini dan kekuatan posisi persaingan pada bisnis yang sedang direncanakan. Menurut (Menurut Fred R. David (2013:113) Model Lima Kekuatan Porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Menurut Porter, hakikat persaingan suatu industri dapat dilihat sebagai kombinasi atas lima kekuatan, yaitu persaingan antar perusahaan sejenis,

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

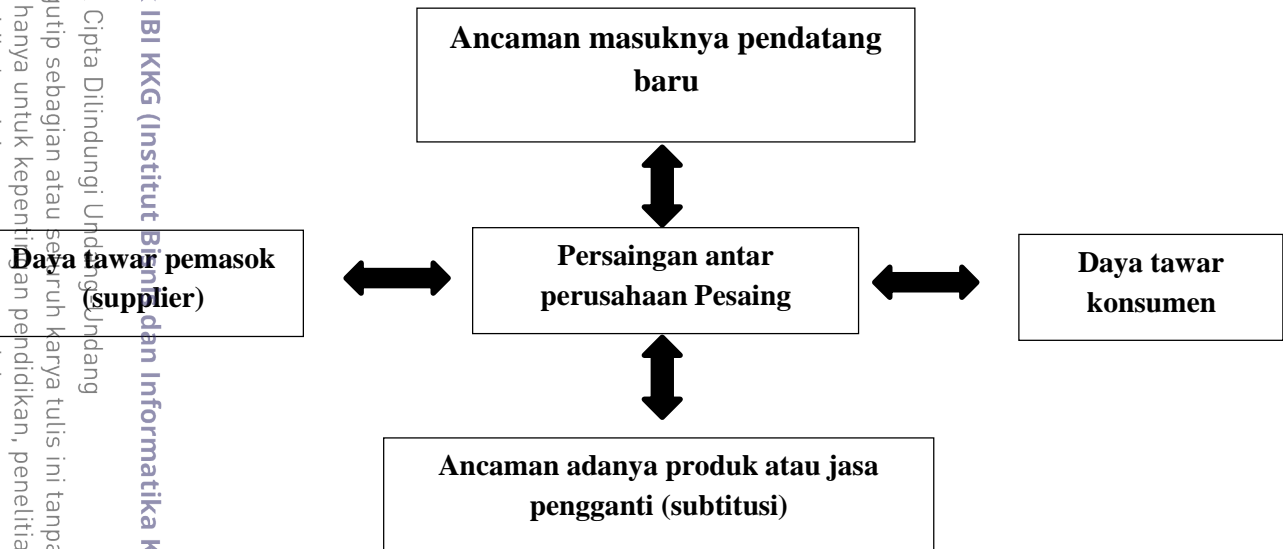
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantarkannya dan menyebutkan sumber penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kemungkinan masuknya pesaing baru, potensi pengembangan produk substitusi, kekuatan tawar-menawar penjual pemasok, kekuatan tawar-menawar pembeli atau konsumen. berikut ini adalah

lima model kekuatan dalam persaingan yang dapat dilihat dibawah ini

Lima Kekuatan Pesaingan model Porter (*Porter Five Forces Business Model*)



1. Persaingan Antar Perusahaan Pesaing

Persaingan antar perusahaan pesaing (*Rivalry Among Existing Firms*) biasanya merupakan kekuatan terbesar dalam lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh perusahaan dapat berhasil jika ia memberikan keunggulan kompetitif dibanding strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Perubahan strategi oleh satu perusahaan mungkin akan mendapat serangan balasan, seperti menurunkan harga, meningkatkan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, memperpanjang garansi, dan meningkatkan iklan. Menurut (David, 2013).

Perseteruan diantara perusahaan yang bersaing cenderung meningkat kalau jumlah pesaing bertambah karena perusahaan yang bersaing menjadi setara dalam ukuran dan kemampuan, permintaan produk industri menurun, dan potongan harga menjadi biasa. Strategi yang

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 sstatumasaalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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



dijalankan oleh salah satu perusahaan dapat berhasil hanya sejauh bahwa strategi itu menyediakan keunggulan bersaing atas strategi yang dijalankan oleh perusahaan pesaing.

2. Ancaman masuknya pendatang baru (Pesaing Baru)

Kekuatan ini menentukan seberapa mudah (atau sulit) untuk masuk ke industri tertentu.

Jika industri tersebut bisa mendapatkan profit yang tinggi dengan sedikit hambatan maka pesaing akan segera bermunculan. Semakin banyak perusahaan saingan (kompetitor) yang bersaing pada market yang sama maka profit atau laba akan semakin menurun. Sebaliknya, semakin tinggi hambatan masuk bagi pendatang baru maka posisi perusahaan kita yang bergerak di industri tersebut akan semakin diuntungkan. Beberapa hambatan bagi para pendatang baru diantaranya adalah seperti :

- a) Memerlukan dana atau modal yang tinggi
- b) Teknologi yang tinggi
- c) Hak Paten, Merek dagang
- d) Skala Ekonomi
- e) Loyalitas Pelanggan
- f) Peraturan Pemerintah

Ancaman pendatang baru di industri sewa menyewa alat fotografi ini cukup tinggi dengan berbagai kemudahan untuk mendirikan bisnis ini, beberapa faktor untuk menangkal itu semua adalah dengan terus meningkatkan pelayanan terhadap konsumen sehingga loyalitas pelanggan dapat di dapatkan dengan cepat oleh Pawfection..

3. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok yang kuat memungkinkan pemasok untuk menjual bahan baku pada harga yang tinggi ataupun menjual bahan baku yang berkualitas rendah kepada



pembelinya. Dengan demikian, keuntungan perusahaan akan menjadi rendah karena memerlukan biaya yang tinggi untuk membeli bahan baku yang berkualitas tinggi. Sebaliknya, semakin rendah daya tawar pemasok, semakin tinggi pula keuntungan perusahaan. Daya tawar pemasok menjadi tinggi apabila hanya sedikit pemasok yang menyediakan bahan baku yang diinginkan sedangkan banyak pembeli yang ingin membelinya, hanya terdapat sedikit bahan baku pengganti ataupun pemasok memonopoli bahan baku yang ada.

Pemasok dari Pawfection tentu perusahaan penjual alat pet supplies dan perlengkapannya. Semakin banyaknya perusahaan sejenis menjadikan daya tawar pemasok semakin rendah, Namun Merk supplies tersebut dan perlengkapannya yang sangat beragam dan banyak membuat persaingan di alat digital ini semakin ketat, tetapi persaingan ini tidak terpengaruh pada ketetapan harga supplies yang tergolong stabil dan tetap untuk beberapa tahun ke belakang.

4 Daya Tawar Pembeli

Kekuatan ini menilai daya tawar atau kekuatan penawaran dari pembeli atau konsumen, semakin tinggi daya tawar pembeli dalam menuntut harga yang lebih rendah ataupun kualitas produk yang lebih tinggi, semakin rendah profit atau laba yang akan didapatkan oleh perusahaan produsen. Harga produk yang lebih rendah berarti pendapatan bagi perusahaan juga semakin rendah. Di satu sisi, Perusahaan memerlukan biaya yang tinggi dalam menghasilkan produk yang berkualitas tinggi. Sebaliknya, semakin rendah daya tawar pembeli maka semakin menguntungkan bagi perusahaan.

Daya tawar pembeli atau konsumen jasa penyewaan alat hewan rumah tergantung pengetahuan konsumen, biasanya untuk beberapa konsumen *enthusia*st dan masyarakat yang aktif di komunitas hewan atau pun para konten kreator, yang sudah sadar akan kualitas dan



harga dari barang yang disewakan mereka cenderung mempunyai daya tawar yang lebih tinggi, oleh karena itu Pawfection mempunyai target pasar utama adalah masyarakat yang mempunyai

hobi di fotografi peliharaan hewan, dan para konten Kreator.

5. Hambatan bagi Produk Pengganti

Hambatan atau ancaman ini terjadi apabila pembeli/konsumen mendapatkan produk pengganti yang lebih murah atau produk pengganti yang memiliki kualitas lebih baik dengan biaya pengalihan yang rendah. Semakin sedikit produk pengganti yang tersedia di pasaran akan semakin menguntungkan perusahaan. Untuk produk pengganti pet supplies Pawfection ini adalah pembelian peralatan sejenis (Specification), artinya pembeli atau konsumen mempunyai pilihan yang lebih „specific“.

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

Competitive Profile Matrix adalah matriks yang mengidentifikasi pesaing-pesaing utama dari suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus pesaing dalam hubungan dengan posisi strategis dari perusahaan. Menurut Forest dan Fred David (2015:245). Profil Kompetitif Matriks mengidentifikasi pesaing perusahaan dan kekuatan serta kelemahan nya yang berkaitan dengan posisi strategis perusahaan karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki. *Competitive Profile Matrix* sangat penting dilakukan oleh pelaku bisnis untuk menjadikan matriks tersebut sebuah alat manajemen strategis yang penting untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing



utama dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan. Perangkat ini digunakan pada tahap masukan. *Competitive Profile Matrix* menunjukkan gambaran yang jelas tentang

titik kuat dan titik lemah relatif perusahaan terhadap pesaing mereka.

Menurut Ovidijus Jurevicius (2013, October 29), "The Competitive Profile Matrix (CPM)

is a tool that compares the firm and its rivals and reveals their relative strengths and weaknesses". Dalam fungsi CPM mengidentifikasi pesaing utama perusahaan dan membandingkannya dengan menggunakan faktor penentu. Analisis yang diperoleh mengungkapkan kekuatan dan kelemahan relatif perusahaan terhadap pesaingnya, sehingga perusahaan akan tahu, area mana yang harus ditingkatkan dan, area mana yang harus dilindungi.

Hak cipta dilindungi undang-undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Hak cipta dilindungi undang-undang

1. larangan mengutip sebagian atau seluruhnya tulisan ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
d. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Tabel 3.1

Competitive Profile Matrix

Faktor Kunci Sukses	Bobot	Pawfection		De Puppy		Pet Shop Indonesia	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Brand Terkenal	0.25	1	0.25	3	0.75	3	0.75
Promo Menarik	0.30	4	1.2	2	0.6	2	0.6
Bahan Berkualitas	0.25	3	0.75	4	1	2	0.5
Harga yang Terjangkau	0.20	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Total	1.0		2.8		2.95		2.45

Sumber: Pawfection

Promo-recognition-quality-pricing

Competitive Profile Matrix terdiri dari faktor-faktor yang dipertimbangkan: Faktor kunci sukses,

Bobot, Peringkat, Nilai. Faktor kunci sukses dapat dibedakan berdasarkan industri yang

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





dioperasikan. Pada kategori bobot, akan diberikan skor individu yang memperoleh total nilai 1. Nilai peringkat akan diberikan dari 1-4 dan ditentukan oleh penilaian perusahaan, mengacu pada seberapa baik kinerja perusahaan di setiap area. Dimana 4 berarti kekuatan utama, 3 adalah kekuatan kecil, 2 adalah kelemahan kecil, dan 1 adalah kelemahan besar. Terakhir Nilai yang merupakan hasil perkalian bobot dan peringkat.

1. Brand Terkenal

Brand yang merupakan fitur yang terpenting dari seluruh produk yang ditayangkan. Faktor brand terkenal dari Pawfection memiliki peringkat 1, dimana masih rendah dibandingkan pesaing terdekat. Hal ini dikarenakan para pesaing sudah operasi lebih lama waktu sedangkan Pawfection masih brand baru.

2. Promo Menarik

Promosi merupakan cara agar perusahaan dapat menarik perhatian pasar konsumen. Promo menarik dari Pawfection memiliki peringkat 4, angka yang lebih tinggi dibandingkan para pesaing. Hal ini dikarenakan strategi "*penetration pricing*" yang dilakukan untuk memperoleh penjualan tinggi.

3. Bahan Berkualitas

1. Cipta Dilindungi Undang-undang
2. Dilarang menyalin atau seluruh atau sebagian tanpa izin IBIKKG.



Bahan Berkualitas merupakan sebuah fitur produk yang dapat menuntun kepuasan konsumen dengan produk tersebut. Bahan Berkualitas dari Pawfection memiliki peringkat 3, yang masih

bisa ditingkatkan saat perusahaan mulai berkembang.

4. Harga Terjangkau

Harga Terjangkau dapat mempengaruhi performa bisnis yang baru karena sangat dipedulikan oleh konsumen. Harga Terjangkau dari Pawfection memiliki peringkat 3, yang setara dengan para pesaing. Ini wajar karena strategi yang promosi yang dijalankan.

Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT adalah metode analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik lingkungan eksternal dan internal untuk suatu tujuan bisnis tertentu. SWOT merupakan akronim dari kata: kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu bisnis. Metode ini dibuat pada 1960-an oleh Albert Humphrey dari Stanford Research Institute, selama penelitian yang dilakukan untuk mengidentifikasi mengapa perencanaan perusahaan gagal secara konsisten. Sejak dibuat, SWOT telah menjadi salah satu alat paling berguna bagi pemilik bisnis untuk memulai dan menumbuhkan perusahaan mereka, *Strength* dan *Weakness* berasal dari internal perusahaan anda, hal-hal yang dapat anda control dan dapat berubah sedangkan *Opportunities* dan *Threats* adalah hal eksternal perusahaan yang



mempengaruhi bisnis atau hal-hal yang terjadi di luar perusahaan anda pada pasar yang lebih besar.

1. Kekuatan (*strength*)

Kekuatan (*strength*) adalah sumber daya keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau organisasi. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar.

2. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan atau organisasi. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.

3. Peluang (*opportunity*)

Peluang (*opportunity*) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi.

4. Ancaman (*threat*)

Ancaman (*threat*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. Masuknya pesaing baru, lambatnya

pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

5. Strategi - Strategi

- a. Strategi S-O, strategi ini dibuat berdasarkan keinginan rencana perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi S-T, strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi W-O, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi W-T, strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.2

Analisis SWOT

<p>MATRIX SWOT</p>	<p>Strength (kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang relative murah Dibandingkan dengan kompetitornya. 2. Tidak memiliki inventory – sistem made to order atau order when ready. 3. Promosi yang bagus menyediakan Website perusahaan, promosi di sosial media dan menggandeng beberapa influencer disosial media untuk media promosi. 	<p>Weakness (kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Citra merek yang belum dikenal luas di masyarakat. Dikarenakan baru berdiri,
	<p>Opportunities (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi pasar yang cukup menjanjikan karena menggunakan market place international, 2. Merebut target pasar pesaing dengan menawarkan pelayanan dan item sama. 3. Menjadi one stop catalog terbaik untuk peralatan hewan –secara online. 	<p>S-O Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi secara berkala dan tepat sasaran dengan bertujuan mencapai target pasar. (S3, S4, O1, O2). 2. Menjalin kerja sama dengan <i>photographer</i> freelancer dan konten creator atau tim dalam pengadaan alat penunjang jasa mereka. (S2, S3, S4, O1, O2, O3) 3. Memberikan potongan harga terhadap konsumen loyal. (discount cards) (S1, S2, O2,)



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

Hak Cipta Diindungi 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.



Threat (Ancaman)

1. Muncul nya pesaing baru dengan jasa sejenis.
2. Loyalitas konsumen terhadap pesaing lama yang cukup kuat..

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.

S-T Strategies

1. Meningkatkan pelayanan dengan peremajaan peralatan yang disewakan, untuk menjaga loyalitas konsumen (S2, T1)
2. Melakukan Promosi secara berkala untuk mendapatkan perhatian konsumen yang loyal terhadap pesaing, seperti potongan harga (S1, S3, T1, T2)
3. Menetapkan harga sesuai denga daya beli konsumen. (S1, T1)

W-T Strategies

1. Melakukan promosi dengan potongan harga agar menarik perhatian konsumen (W1, T2)
2. Melakukan analisis terhadap pesaing guna mengetahui kekuatan dan kelemahan dari pesaing. W1, T2)
3. Merubah sistem kerja bila diperlukan demi memenangkan persaingan (W1,T1)