



BAB II

ANALISIS INDUSTRI

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan / atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, industri adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misalnya mesin. Menurut Badan Pusat Statistik, industri adalah sebuah kesatuan unit usaha yang menjalankan kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk menghasilkan barang atau jasa yang berdomisili pada sebuah tempat atau lokasi tertentu dan memiliki catatan administrasi tersendiri.

(Sumber: <http://hedisasrawan.blogspot.com/2014/01/pengertian-industri-artikel-lengkap.html>).

Jasa industri adalah kegiatan industri yang melayani keperluan pihak lain. Pada kegiatan ini bahan baku disediakan oleh pihak lain sedangkan pihak pengolah hanya melakukan pengolahannya dengan mendapat imbalan sejumlah uang atau barang sebagai balas jasa, misalnya perusahaan penggilingan padi yang melakukan kegiatan menggiling padi/gabah petani dengan balas jasa tertentu.

(Sumber: http://www.bps.go.id/menutab.php?tabel=1&id_subyek=09).

Suatu industri berbeda antara satu dan lainnya didasarkan atas karakteristik ekonomi, situasi persaingan, dan prospek perkembangannya di masa mendatang. Tingkat perubahan berbagai faktor seperti teknologi, ekonomi, pasar dan persaingan akan bergerak dalam satu range tertentu mulai dari yang lambat sampai dengan yang cepat. Analisis industri dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip, sebagian atau seluruhnya atau untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



persaingan akan menggunakan alat dan teknik tertentu bagi perusahaan untuk dapat menyesuaikan dengan perubahan dan kemudian membentuk kekuatan dalam menghadapi

persaingan.

Segmentasi Pasar

Menurut Kotler dan Keller (2009:292),

“segmen pasar terdiri dari kelompok pelanggan yang memiliki seperangkat keinginan yang sama. Ada empat kelompok segmentasi yang digunakan secara luas untuk melakukan segmentasi pasar konsumen, yaitu : geografis, demografis, psikografis, behavioral.”

Segmentasi geografis yang mengharuskan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, wilayah, propinsi, kota, atau lingkungan rumah tangga.

Perusahaan dapat memutuskan untuk beroperasi dalam satu atau sedikit wilayah geografis atau beroperasi dalam seluruh wilayah, tetapi memberikan perhatian pada perbedaan lokal.

Variabel	Sasaran
Negara	Indonesia
Provinsi	DKI Jakarta
Kota	Jakarta Pusat
Wilayah	Jalan K.H Mas Mansyur
Lingkungan	Apartemen

Variabel	Sasaran
Usia	18 – 70 Tahun
Jenis Kelamin	Pria dan Wanita
Pekerjaan	Pengusaha, Pegawai,

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

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



Penghasilan	Minimal Rp. 25.000.000,00
Agama	Semua Agama
Ras	Semua Ras
Kewarganegaraan	Semua Kewarganegaraan
Kelas Sosial	Menengah – Atas

Segmentasi demografis, dimana pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, dan kelas sosial. Variabel-variabel yang ada dalam demografis merupakan dasar yang paling populer untuk membedakan kelompok-kelompok pelanggan.

Segmentasi psikografis, para pembeli dibagi menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan gaya hidup atau kepribadian atau nilai. Orang-orang dalam kelompok demografis yang sama dapat menunjukkan gambaran psikografis yang sangat berbeda.

Variabel	Sasaran
Gaya Hidup	Praktis, Mudah, dan Cepat

Segmentasi behavioral, pembeli dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, pemakaian, atau tanggapan terhadap produk atau jasa tertentu.

Variabel	Sasaran
Status Pemakai	Teratur
Sikap atau Tanggapan terhadap jasa	Positif



A. Gambaran Masa Depan

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

Berikut beberapa sasaran dari “Bright Laundry” :

Tabel 2.1
Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kecamatan
Jakarta Pusat Tahun 2014

Kecamatan	Laki-Laki		Perempuan		Laki2+Perempuan	
	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen
Tanah Abang	73 415	16,2	71 400	15,8	144 815	16,0
Menteng	33 402	7,4	34 587	7,6	67 989	7,5
Senen	47 249	10,4	47 182	10,6	95 061	10,5
Lohar Baru	58 881	13,0	58 018	12,8	116 899	12,9
Cempaka Putih	43 261	9,5	41 416	9,2	84 677	9,3
Kemayoran	110 132	24,2	108 648	24,0	218 780	24,1
Sawah Besar	49 244	10,8	51 085	11,3	100 329	11,1
Gambir	38 739	8,5	39 312	8,7	78 051	8,6
JUMLAH	454 323	100	452 278	100	906 601	100

Sumber : <http://jakpuskota.bps.go.id/index.php?hal=tabel&id=4>

Berdasarkan tabel 2.1, dapat dilihat bahwa jumlah penduduk di wilayah Jakarta Pusat sebesar 906.601 jiwa dan diperkirakan setiap tahun akan bertambah. Selain itu, penulis juga mendapatkan data dari melakukan pengamatan lapangan di Apartemen Sudirman Park yang hasilnya apartemen ini memiliki 3.150 unit apartemen dan semuanya sudah laku terjual. Dengan komposisi 80% dihuni pemilik dan 20% disewakan. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis, maka ditemukan bahwa Apartemen Sudirman Park ini mayoritas dihuni oleh keluarga yang berangotakan 3-4 orang. Selain itu, rata-rata 1 orang memiliki pakaian kotor 10 Kg setiap harinya. Oleh karena itu, “Bright Laundry”



melihat potensi pasar yang ada masih sangat besar dan ini merupakan peluang bisnis bagi “Bright Laundry”.

B. Visi dan Misi

Visi :

Visi Menurut Maldewa (2014:42) adalah :

“Pernyataan tentang pandangan jauh kedepan mengenai bisnis yang akan dimulai. Didalam visi bisnis ini terangkum apa saja tujuannya dan apa yang akan dicapai kedepannya.”

Visi dari “Bright Laundry” yaitu :

“Menjadi laundry dengan konsep kiloan yang memberikan layanan terbaik untuk pelanggan dan dikelola secara profesional, sehingga memberikan keuntungan untuk pelanggan, karyawan, dan pemilik”.

2. Misi :

David (2011:84) juga menjelaskan bahwa :

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

Misi dari “Bright Laundry” yaitu :

“Mengerjakan pakaian customer dalam waktu 1 hari selesai dengan hasil proses yang bersih, rapih dan harum serta selalu berorientasi kepada pelanggan.”



C. Tujuan Perusahaan

Tujuan dari bisnis “Bright Laundry” dibagi menjadi tujuan jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang :

1. Tujuan jangka pendek, yaitu mendapatkan konsumen di Apartemen Sudirman Park.
2. Tujuan jangka menengah, yaitu membuka cabang *outlet* di apartemen lain di wilayah Jakarta Pusat.
3. Tujuan jangka panjang, yaitu melakukan ekspansi dengan membuka cabang *outlet* di luar wilayah Jakarta Pusat.

D. Analisis Lingkungan Makro

Analisis lingkungan bisnis yaitu mencakup PESTEL (*Politic, Economic, Social, Technology, Environment, dan Legal*), merupakan alat yang sangat berguna dalam memahami gambaran menyeluruh mengenai lingkungan dimana usaha yang didirikan akan beroperasi , serta kesempatan maupun ancaman yang ada disekitarnya. Dengan pemahaman lingkungan secara menyeluruh dimana usaha perusahaan berada, diharapkan agar perusahaan dapat mengambil kesempatan yang ada serta meminimalisir resiko atau ancaman.

Berikut ini akan dibahas pengaruh faktor yang merupakan bagian dari PESTEL, yaitu Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Hukum terhadap bisnis “Bright Laundry”.

Analisis PESTEL (David, 2011:124) :



1. Politik, Pemerintahan, dan Hukum

Ⓒ Faktor politik, pemerintahan, dan hukum dapat mempresentasikan peluang atau ancaman bagi sebuah perusahaan, untuk industri dan perusahaan yang sangat bergantung pada kontrak atau subsidi pemerintah, ramalan dan kebijakan politik menjadi hal yang harus diperhatikan karena dapat memberi pengaruh signifikan pada perusahaan. Ketersalinggantungan global yang semakin meningkat di kalangan ekonomi, pasar, pemerintah, dan organisasi memaksa perusahaan untuk mempertimbangkan faktor potensial dari variabel politik dalam perumusan dan penerapan strategi kompetitif mereka.

Jasa laundry tidak rentan dengan perubahan dalam lingkungan politik. “Bright Laundry” merupakan usaha swasta yang tidak didukung oleh subsidi pemerintah namun tetap berpatokap pada peraturan daerah. Oleh karena itu, kondisi politik di Indonesia tidak mempengaruhi atau tidak menjadi ancaman bagi peluang bisnis ini.

2. Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi di pasar akan mempengaruhi ekonomi bisnis baik ekonomi pasar, komando, maupun campuran. Ketika pasar bertumbuh, kekayaan konsumen dan bisnis meluas. Hal ini dikarenakan ketika terjadi pertumbuhan ekonomi yang berdampak positif pada keuangan masyarakat maka bisnis juga akan semakin meluas dikarenakan terjadi kenaikan pendapatan. Namun, jika yang terjadi sebaliknya maka setiap pengusaha harus berhati-hati karena dapat ikut berdampak bisnisnya. Pada masa resesi, masyarakat akan berhemat terhadap pengeluaran yang dilakukan. Sedangkan pada masa ekonomi bertumbuh, masyarakat akan memanjakan diri untuk mendapat layanan yang serba cepat dan praktis seperti jasa laundry. Pertumbuhan ekonomi DKI Jakarta tahun 2014 memang mengalami

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



penurunan, yakni 5,95%. Namun apabila dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi nasional untuk periode yang sama yang sebesar 5,02%, maka angka tersebut masih cukup baik.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Sosial

Aspek utama dari faktor sosial merupakan gaya hidup dan tren di kalangan masyarakat. Dengan semakin sibuknya kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat membuat mereka membutuhkan segala sesuatu yang cepat dan praktis termasuk jasa *laundry* pakaian yang dikenakan oleh masyarakat sehari-hari. Tren yang berubah adalah bahwa kini pakaian tidak lagi harus dicuci sendiri dikarenakan waktu yang diperlukan dan kesibukan lain untuk melakukannya. Hal ini yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap jasa *laundry* pakaian yang cepat, praktis dan berkualitas.

4. Teknologi

Semakin majunya jaman, teknologi semakin berkembang, sehingga hal ini mengharuskan banyak industri, termasuk *laundry* untuk terus meningkatkan teknologi yang digunakan apabila perusahaan tersebut tidak mau ketinggalan dari perusahaan lain yang mengikuti perkembangan teknologi. Teknologi terbukti mampu meningkatkan tingkat efisiensi perusahaan, mulai dari efisiensi waktu, tenaga, dan sumber daya manusia, yang semuanya itu berujung pada daya saing harga.

“Bright Laundry” pada awalnya masih menggunakan mesin dengan teknologi umum. Hal ini disebabkan karena perusahaan pada tahap awal masih terkendala dengan keterbatasan biaya. Namun seiring dengan berjalannya waktu maka “Bright

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.



Laundry” akan menggunakan teknologi yang canggih dalam rangka meningkatkan kualitas & pelayanan.

5. Lingkungan

Industri jasa *laundry* pakaian berkaitan erat dengan isu lingkungan. Hal ini dikarenakan air limbah bekas cucian yang mengandung obat-obatan kimia harus dialirkan secara benar agar tidak mencemari lingkungan. “Bright Laundry” mempunyai prosedur pembuangan limbah yang sudah sesuai standart yang berlaku di lokasi usaha, yakni apartemen Sudirman Park sehingga bisa dipastikan tidak akan mencemari lingkungan sekitar.

E. Analisis Lingkungan Persaingan Industri

Saat ini pesaing merupakan salah satu faktor utama yang menjadi perhatian para pebisnis untuk mendirikan suatu usaha atau bisnis tertentu. Dengan melakukan analisis lingkungan pesaing industri, dapat diketahui kemampuan bersaing terhadap para pesaing lainnya. Apabila masih mempunyai kesempatan untuk mencapai keunggulan dalam bersaing, maka bisnis itu dapat dikatakan berpotensi. Tetapi apabila setelah dilakukan analisis persaingan dan ternyata hasilnya tidak memiliki kelemahan yang dapat dimanfaatkan, maka kemungkinan untuk dapat memperoleh perhatian dari masyarakat dan terus bertahan hidup pun semakin kecil.

Oleh karena itu, analisis lingkungan pesaing industri ini dapat digunakan untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh para pesaing dan cara apa saja yang dapat digunakan untuk mengalahkan pesaing tersebut hingga pada akhirnya dapat mencapai keunggulan dalam bersaing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

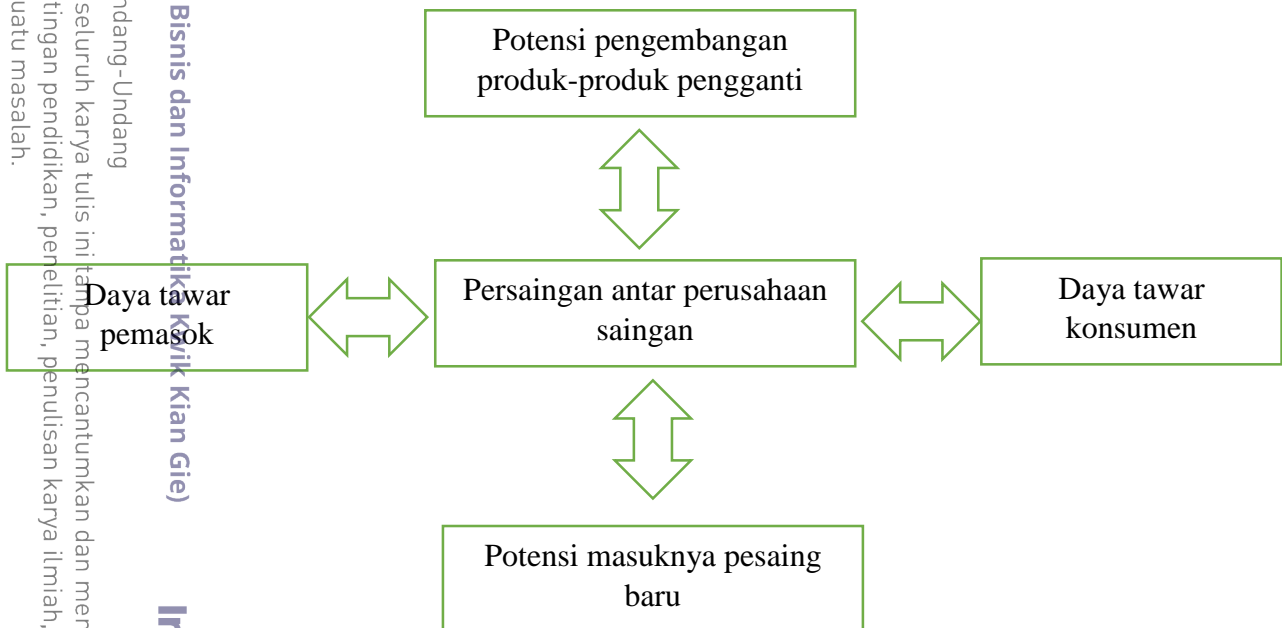
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Menurut David (2011:145) model lima kekuatan Porter (*Porter's Five Forces Model*) tentang analisis kompetitif adalah :”pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri”.

Tabel 2.2
Model Lima Kekuatan dari Kompetisi



Sumber : David (2011:146)

1. Potensi masuknya pesaing baru

Usaha laundry merupakan salah satu usaha jasa yang cepat berkembang dan menjamur yang sudah terbukti di kota besar seperti DKI Jakarta. “Bright Laundry” akan dilaksanakan di kota Jakarta yang merupakan Ibu kota Negara dengan kebutuhan jasa

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.



laundry yang cukup signifikan. Oleh karena itu, masih banyak peluang yang terbuka untuk pesaing baru. Hal ini dikarenakan untuk menjalankan usaha ini tidak terlalu sulit, sehingga ancaman pendatang baru terhadap “Bright Laundry” semakin tinggi.

2. Pesaing sejenis dalam industri

Intensitas persaingan antar perusahaan saingan di bisnis jasa laundry cenderung meningkat ketika jumlah pesaing bertambah, ketika pesaing lebih dari setara dalam hal ukuran dan kapabilitas, ketika konsumen dapat beralih merek dengan mudahnya. Maka, ancaman pesaing sejenis tinggi terhadap “Bright Laundry”.

3. Daya tawar pembeli

Daya tawar pembeli bisnis ini rendah, hal ini dikarenakan “Bright Laundry” merupakan bisnis jasa yang berada di lingkungan padat penduduk dengan penawaran yang menarik seperti layanan 1 hari selesai.

4. Ancaman produk/jasa pengganti

Di banyak industri, perusahaan akan bersaing dengan produsen produk/jasa pengganti di industri lainnya. Tekanan dari persaingan meningkat jika harga relatif produk/jasa pengganti tersebut turun dan biaya peralihan konsumen juga menurun. Dalam hal ini, ancaman jasa pengganti terhadap jasa laundry di DKI Jakarta cukup tinggi karena semakin menjamurnya jasa pembantu rumah tangga serta munculnya mesin cuci canggih yang bisa sekaligus mencuci dan mengeringkan.

5. Daya tawar pemasok

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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

F. Analisis Pesaing

Menurut David (2011:160), Matriks Profil Kompetitif (*Competitive Profile Matrix*) mengidentifikasi : “pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus dalam hubungannya dengan posisi perusahaan sampel”

Faktor keberhasilan penting dalam Matriks Profil Kompetitif Mencakup baik isu-isu internal maupun eksternal, karenanya peringkatnya mencakup pada kekuatan dan kelemahan, dimana 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan utama.

Tabel dibawah ini adalah penilaian *competitive profile matrix* antara ketiga laundry:

Tabel 2.3

Matriks Profil Kompetitif “Bright Laundry”

Faktor-Faktor Keberhasilan Penting	Bobot	Bright Laundry		Brilo		D’Lite Laundry	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Iklan	0,10	2	0,20	4	0,40	1	0,10



Layanan 1 Hari	0,20	4	0,80	1	0,20	1	0,20
Daya Saing Harga	0,30	2	0,60	3	0,90	4	1,20
Teknologi (mesin yang digunakan)	0,10	3	0,30	4	0,40	1	0,10
Lokasi	0,20	3	0,60	2	0,40	4	0,80
Brand Image	0,10	1	0,10	4	0,40	4	0,40
Total	1,00		2,60		2,70		2,80

Sumber : “Bright Laundry”

Keterangan :

- Bobot yang memiliki angka tertinggi merupakan faktor yang paling penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan, jika ada bobot yang sama berarti dianggap sama pentingnya.
- Total bobot yang diberikan secara keseluruhan berjumlah 1,00.
- Dalam pemberian peringkat, 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan utama.
- Skor adalah hasil perkalian dari bobot dan peringkat.

Faktor yang menjadi keunggulan pada “Bright Laundry” dibandingkan dengan para pesaingnya adalah layanan 1 hari (skor bobot = 0,80).

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa “Bright Laundry” memiliki skor 2,60 yang memang skor ini merupakan skor terendah apabila dibandingkan dengan skor dari kedua kompetitornya. Hal ini terjadi karena pada dasarnya “Bright Laundry” merupakan pendatang baru di Apartemen Sudirman Park.

G. Analisis SWOT

Agar dapat merumuskan strategi yang tepat, tentunya sebuah perusahaan harus terlebih dahulu mengenal tentang situasi perusahaannya sendiri. Hal ini dapat dicapai dengan melakukan analisa SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threat*) yang merupakan analisa untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari sisi internal perusahaan serta mengenali peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan tersebut yang berasal dari sisi

eksternal perusahaan. Tujuan utama dari analisa SWOT adalah untuk mengenali kondisi perusahaan baik secara internal maupun eksternal, kemudian dapat membuat formula strategi yang tepat sesuai dengan kondisi SWOT yang dimiliki suatu perusahaan.

Menurut David (2011:327) menggambarkan :

“SWOT sebagai sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan 4 jenis strategi : strategi SO (*Strenght-Opportunity*), Strategi WO (*Weakness-Opportunity*), Strategi ST (*Strenght-Threat*), dan Strategi WT (*Weakness-Threat*)”

Menurut David (2011:327-331) :

“Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Strategi ST menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi WT merupakan taktik defensive yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghadapi ancaman eksternal”.

Berikut adalah penjelasan SWOT “Bright Laundry” :

1. Kekuatan (*Strenghts*)

a. Lokasi yang strategis, yaitu berada di apartemen Sudirman Park yang memiliki total unit 3.150 unit. Selain itu, ruangan “Bright Laundry” sangat dekat dengan lobi utama dari apartemen Sudirman Park.

b. Adanya layanan 1 hari selesai.

c. Harga yang ditawarkan oleh “Bright Laundry” untuk 1 kilogram pakaian dan linen adalah Rp 17.500,00

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

a. *Brand* yang belum dikenal orang.

b. Teknologi peralatan yang masih harus dikembangkan.

3. Peluang (*Opportunities*)





a. Permintaan jasa yang masih sangat besar karena semakin tingginya tingkat kesibukan masyarakat tidak hanya laki-laki tetapi juga perempuan sehingga membutuhkan jasa laundry pakaian dan non pakaian yang praktis.

b. Adanya peraturan bahwa penghuni apartemen tidak boleh menjemur pakaian terlalu banyak.

c. Adanya perubahan iklim dan cuaca yang tidak menentu.

4. Ancaman (*Threats*)

a. Adanya 2 pesaing yang sudah lebih dulu beroperasi di apartemen Sudirman Park, yakni D'Lite Laundry dan Brilo.

b. Daya beli masyarakat yang mulai sedikit tergerus oleh inflasi.

Menurut David (2011:327), matriks SWOT adalah : "sebuah alat pencocokan yang penting untuk membantu para manajer dalam mengembangkan 4 jenis strategi, yaitu :

1. Strategi SO (*Strenghts-Opportunity*)

Strategi yang menggunakan kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang

2. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunity*)

Strategu yang memanfaatkan peluang untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki.

3. Strategi ST (*Strenghts-Threats*)

Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada.

4. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Strategi yang berusaha meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

Tabel 2.4

SWOT Matriks "Bright Laundry"

SWOT MATRIKS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
"Bright Laundry"	1. Lokasi 2. Layanan 1 hari selesai	1. Brand image

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



<p>© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<p>3. Daya saing harga</p>	<p>2. Teknologi (mesin yang digunakan) 3. Iklan</p>
<p>Ⓞ Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan jasa yang masih sangat besar 2. Pembatasan menjemur pakaian di apartemen 3. Cuaca yang tidak menentu 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pemasaran gencar dengan menyebar brosur ke sekitar lokasi usaha (S1, O1) 2. Membuat jam kerja 24 jam dan dibagi dalam 3 shift (S2, O1,O2) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan berbagai sarana promosi di sekitar lokasi <i>outlet</i> (W1,W3,O1,O2) 2. Terus <i>update</i> peralatan yang lebih canggih (W2,O1)
<p>Ⓣ Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya 2 pesaing yang sudah beroperasi 2. Daya beli masyarakat yang mulai tergerus inflasi 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi supaya lebih dikenal penghuni apartemen (S1,T1) 2. Membuat paket member (S1, S2, S3, T2) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Konsisten dalam kualitas dan pelayanan agar menimbulkan loyalitas konsumen (W1, T1, T2) 2. Mengoptimalkan penggunaan peralatan yang ada (W2, T1)

Dilarang menyalin, 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.