

BAB II

ANALISIS INDUSTRI

Analisis industri harus dilakukan para wirausahawan yang ingin memulai usaha, sehingga usaha yang direncanakan dapat lebih fokus pada trend yang sedang terjadi.

Menurut Manullang (2013:3) industri adalah “Kumpulan perusahaan yang memproduksi barang yang sama atau hampir sama”.

Tanpa melakukan analisis industri terlebih dahulu, seorang wirausahawan tidak dapat memprediksikan apa yang akan terjadi pada bisnis yang akan dijelankannya. Analisis industri memberikan banyak hasil penelitian yang akan sangat berguna bagi suatu bisnis secara jangka panjang. Hal ini diperlukan oleh wirausahawan antara lain untuk mengetahui keadaan dan spesifikasi daripada trend industri yang ada saat ini serta meminimalisir resiko yang muncul.

Hisrich (2013:196) juga menyatakan bahwa “Pengusaha harus melakukan analisis industri yang akan berfokus pada trend industri tertentu”. Berikut beberapa faktor yang mendukung serta mempengaruhi trend tersebut:

1. Permintaan Industri

Permintaan yang berhubungan dengan industri seringkali tersedia dari berbagai macam sumber yang terpercaya. Pengetahuan mengenai kondisi pasar apakah sedang tumbuh atau turun, jumlah pesaing baru, dan kemungkinan berubahnya kebutuhan konsumen merupakan isu penting didalam memastikan potensial bisnis yang mungkin dicapai melalui bisnis baru.

2. Persaingan

Umumnya para wirausahawan menghadapi ancaman dari perusahaan-perusahaan besar. Wirausahawan harus mempersiapkan diri dari berbagai





macam ancaman dan harus waspada terhadap para pesaingnya dengan memahami kekuatan dan kelemahan mereka, sehingga mampu menerapkan strategi yang tepat dan efektif.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.

Fokus pada *market* tertentu

Penentuan segmentasi pasar merupakan sesuatu hal yang penting. Segmentasi pasar yang akan dituju harus mampu ditentukan dengan baik dan tepat sasaran yang disesuaikan dengan kualitas dan layanan yang disediakan. Penentuan *market* akan membantu perusahaan untuk tetap fokus didalam melaksanakan strategi *marketing*. Apabila segmentasi tidak mampu ditentukan dengan baik maka pencapaian tujuan maupun visi-misi akan sulit dicapai.

Berikut adalah beberapa pertanyaan yang dapat dilakukan untuk menganalisis industri menurut Hisrich:

1. Bagaimanakah tren ekonomi, teknologi hukum dan politik pada tingkat nasional dan internasional?
2. Bagaimanakah perkembangan penjualan didalam industri selama 5 tahun terakhir?
3. Bagaimanakah antisipasi terhadap pertumbuhan yang ada di industri ini?
4. Berapa banyak perusahaan baru yang memasuki industri ini dalam 3 tahun terakhir?
5. Produk baru apakah yang ditawarkan dalam industri ini?
6. Siapa pesaing terdekat?
7. Bagaimana caranya bisnis beroperasi lebih baik lagi?
8. Apakah penjualan para pesaing bertumbuh, menurun atau stabil?
9. Apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan tiap-tiap pesaing?
10. Tren apakah yang terjadi pada spesifikasi pasar yang ada?
11. Bagaimanakah profil dari para pelanggan?

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.



12. Apa yang membedakan profil pelanggan perusahaan dengan pesaing?



A. Gambaran Masa Depan

Bisnis merupakan kegiatan usaha yang sangat dinamis dan tidak pasti serta penuh dengan risiko. Banyak hal yang dapat mempengaruhi kondisi bisnis, keadaan hari ini belum tentu sama dengan keadaan hari esok. Oleh karena itu, gambaran masa depan diperlukan dalam upaya melakukan analisis industri agar bisnis dapat tetap berjalan. Mampu memprediksi masa depan yang akan membantu perusahaan dalam menentukan berbagai macam strategi yang diperlukan. Dengan adanya gambaran masa depan, maka kelangsungan hidup perusahaan dapat di prediksi dan lebih terjamin.

Setiap orang tentu membutuhkan pakaian untuk melakukan aktivitasnya setiap hari. Pakaian merupakan suatu kebutuhan pokok yang tidak dapat tergantikan dengan barang lainnya. Pertumbuhan penduduk, perubahan gaya hidup, dan perkembangan tren berpengaruh positif terhadap pertumbuhan industri *fashion*.

Hal ini membuat industri *fashion* akan terus berkembang dan diminati oleh setiap orang.

Perubahan terhadap gaya hidup dan selera masyarakat tertentu akan mempengaruhi kebutuhan masyarakat yang tentunya akan memberikan dampak tertentu terhadap permintaan masyarakat. Saat ini penampilan merupakan hal yang sangat penting bagi sebagian besar masyarakat Indonesia terutama bagi para wanita yang selalu mendambakan penampilan yang sempurna dan mengikuti tren *fashion* yang ada.

Banyaknya pemain bisnis yang bergerak di bidang usaha *fashion* ini mendorong seorang penulis untuk dapat menghasilkan pakaian yang menarik sesuai

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.



dengan perkembangan mode yang ada, namun harga yang ditawarkan harus sesuai dengan tuntutan pasar. Pada umumnya masyarakat tentu menginginkan sebuah produk yang menarik dan berkualitas tinggi, namun harga yang murah.

Sesuai data Badan Pusat Statistik (BPS) selama periode 2007-2011, nilai ekspor *fashion* Indonesia terus mengalami peningkatan sebesar 12,5%. Sementara selama periode Januari-Oktober 2012, ekspor *fashion* mencapai US\$ 11,64 Miliar, meningkat 1,76% dibanding nilai ekspor periode sebelumnya.

Menurut Hasan (2010), dari jumlah penduduk di Indonesia 231.83 juta jiwa hanya 4.6 juta saja yang berwirausaha. Jika di presentasikan baru 2% dari total jumlah penduduk. Beliau menyatakan bahwa *entrepreneurship* Indonesia masih rendah, untuk itu Kementrian Negara Koperasi dan UKM menggalakkan program pemberdayaan bagi pemuda dengan memberikan modal usaha. Adanya kesadaran dari pemerintah ini tentu menunjukkan bahwa peluang untuk berbisnis di masa depan masih sangat terbuka lebar dan bahkan mendapat dukungan dari pemerintah. Oleh karenanya, bisnis *Exquisite Silhouette Boutique* ini tentu memiliki peluang bisnis yang baik dan potensial.

B. Analisis Pesaing

Pesaing adalah perusahaan lain yang menghasilkan, menawarkan maupun menjual barang dan atau jasa yang sama ataupun serupa dengan produk dan jasa yang ditawarkan. Melakukan analisis pesaing merupakan suatu upaya untuk memahami lebih detail mengenai kekuatan dan kelemahan pesaing yang dapat ancaman maupun peluang bagi bisnis ini, dan bersifat dinamis.

Persaingan didalam industri merupakan sesuatu hal yang tidak dapat dihindari dan pasti terjadi. Oleh karena itu, salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis adalah kemampuan seorang wirausahawan dalam

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



menganalisis pesaing agar dapat memahami kelebihan dan kekurangan pesaing.

Perusahaan dituntut harus mampu menepatkan perusahaan pada posisi terbaik agar mampu bersaing dengan optimal dan terus berkembang dengan memanfaatkan segala keunggulan yang dimiliki.

Untuk mempersiapkan strategi bersaing yang efektif, perusahaan harus mempelajari pesaing serta pelanggan aktual dan potensial. Perusahaan perlu mengkaji tujuan, strategi, kekuatan dan kelemahan pesaing. Perusahaan harus mengidentifikasi pesaingnya dengan menggunakan analisis industri dan analisis pasar.

Dengan mengetahui karakteristik pesaing, maka perusahaan dapat menerapkan strategi persaingan yang efektif dalam menghadapi pesaingnya. Untuk mengumpulkan informasi mengenai pesaing dapat dilakukan dengan observasi langsung atau melakukan komunikasi dengan konsumen dari pesaing.

Penetapan pesaing juga harus diperhatikan secara baik. Penulis beranggapan bahwa perusahaan harus mampu menentukan siapa pesaing utama (pesaing sesungguhnya) yang dihadapi oleh bisnis ini. Berikut adalah beberapa hal yang perlu diketahui mengenai pesaing:

1. Jenis jasa yang ditawarkan
2. Produk yang digunakan
3. Harga yang ditetapkan
4. Lokasi
5. Fasilitas yang dimiliki
6. Pelayanan yang diberikan
7. Strategi dan promosi yang dijalankan
8. Konsep bisnis dan desain ruangan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Dalam upaya untuk memperoleh informasi mengenai pesaing terdapat

beberapa hal yang dapat dilakukan, diantaranya:

1. Melakukan observasi ke perusahaan pesaing
2. Mencoba secara langsung jasa yang ditawarkan
3. Interview ke *customer*
4. Interview karyawan perusahaan pesaing
5. Melihat *website, flyer*, dan media promosi lainnya

Menurut hasil survey dan analisis yang dilakukan penulis, terdapat pesaing yang memiliki usaha di bidang yang sama dengan Exquisite Silhouette Boutique, berikut adalah detail data mengenai profil pesaing:

1. Nama Perusahaan : Arithalia
Alamat : Mall Artha Gading GF/B6/1 Jl. Boulevard Artha Gading Selatan No. 1
Harga : Rp 300.000,00 – Rp 2.000.000,00
2. Nama Perusahaan : Angel Paris
Alamat : Jl Boulevard Raya Blok LA 4 No. 12 Kelapa Gading Permai Kelapa Gading, Jakarta Utara
Harga : Rp 1.750.000,00 – Rp 4.500.000,00
3. Nama Perusahaan : Heiress
Alamat : Mall Kelapa Gading 3 Lantai 2
Harga : Rp 300.000,00 – Rp 700.000,00

Selain itu metode CPM (*Competitive Profile Matrix*) juga dapat digunakan oleh perusahaan untuk menganalisis pesaing dalam upaya memahami kekuatan dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



kelemahan pesaing secara lebih terperinci. Komponen penilaian matriks CPM ialah sebagai berikut :

1. *Critical Success Factors*

Critical success Factors ialah faktor – faktor penentu keberhasilan yang memiliki peran penting dalam mempengaruhi keberhasilan organisasi. Faktor –faktor tersebut digambarkan secara luas tanpa adanya data yang spesifik dan faktual. Faktor – faktor itu diambil setelah dilakukan analisis yang mendalam mengenai kondisi didalam dan diluar lingkungan perusahaan. Ini dilakukan dikarenakan dalam lingkungan eksternal dan internal ada berbagai macam faktor yang memang memberikan dampak yang terlihat bagi perusahaan, baik maupun buruk.

2. *Rating* (peringkat)

Rating yang ada di matriks CPM menunjukkan respon pada perusahaan terhadap faktor – faktor yang jadi penentu keberhasilan perusahaan. Semakin tinggi angka dari rating berarti menunjukkan bahwa perusahaan dengan baik dapat mampu merespon faktor penentu keberhasilan dan peringkat itu menunjukkan kekuatan yang utama bagi perusahaan tersebut. Angka peringkat yang diberikan yaitu antara 1,0 – 4,0 dan dapat diterapkan pada setiap faktor. Ada beberapa catatan penting yang harus diperhatikan di dalam pemberian rating, yaitu antara lain :

- a. Peringkat akan diterapkan dalam setiap *critical success factors*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- b. Respon perusahaan yang kurang pada *critical success factors* diwakili oleh 1,0. Peringkat ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kelemahan utama perusahaan.
- c. Respon rata – rata terhadap *critical success factors* diwakili oleh 2,0. Peringkat ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kelemahan minor perusahaan.
- d. Respon diatas rata – rata terhadap *critical success factors* diwakili oleh 3,0. Peringkat ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kekuatan minor perusahaan.
- e. Respon yang terbaik terhadap *critical success factors* diwakili oleh 4,0. Peringkat ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kekuatan utama perusahaan.

3. *Weighted* (bobot)

Bobot yang ada di dalam matriks CPM menunjukkan bahwa kepentingan relatif dari faktor untuk menjadi penentu kesuksesan perusahaan dalam industri. Bobot berkisar dari 0,0 yang artinya tidak penting hingga 1,0 yang berarti paling penting. Jumlah dari semua bobot atas faktor – faktor yang dianalisis harus sama dengan 1,0.

4. *Weighted Score* (nilai tertimbang)

Ini merupakan hasil dari hitungan perkalian antara peringkat yang diberikan dengan bobot yang dimiliki oleh faktor tersebut.

5. *Total Weighted Score* (total nilai tertimbang)

Total nilai nilai tertimbang adalah hasil dari penjumlahan seluruh nilai tertimbang setiap faktor. Nilai akhir dari jumlah nilai tertimbang haruslah berada di antara rentang 1,0 (rendah) hingga 4,0



(tinggi). Rata – rata total nilai tertimbang untuk matriks CPM adalah 2,5 dimana setiap perusahaan dengan total nilai tertimbang dibawah 2,5 dapat dikatakan berada pada posisi lemah. Perusahaan dengan total nilai tertimbang lebih tinggi dari 2,5 maka dianggap memiliki posisi kuat. Dimensi lain dalam matriks CPM adalah perusahaan dengan jumlah nilai tertimbang yang paling tinggi dianggap sebagai pemenang diantara para pesaing.

Berikut ini ialah tabel dari hasil pemetaan posisi Exquisite Silhouette dengan para pesaingnya dengan memakai matriks CPM :

Tabel 2.1
Exquisite Silhouette Boutique
Competitive Profile Matrix

Critical Success Factors	Weight	EXQUISITE SILHOUETTE BOUTIQUE (plan)		ARITHALIA		ANGEL PARIS		HEIRESS	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga	0.20	4	0.80	4	0.80	1	0.20	4	0.80
Jasa	0.10	4	0.40	2	0.20	4	0.40	2	0.20
Fasilitas	0.05	3	0.15	3	0.15	4	0.20	3	0.15
Kualitas Layanan	0.20	3	0.60	2	0.40	3	0.60	2	0.40
Lokasi	0.10	2	0.20	4	0.40	4	0.40	4	0.40
Promosi	0.15	2	0.30	3	0.45	3	0.45	3	0.25
Kualitas Produk	0.20	3	0.60	3	0.60	3	0.60	3	0.60
Total	1.00		3.05		3.00		2.85		2.8

Sumber : Exquisite Silhouette Boutique

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.



Tabel CPM diatas terdiri dari beberapa faktor yang menurut pelunis merupakan faktor kunci dari keberhasilan menjalankan bisnis ini. Setiap faktor kunci yang ada diberikan sejumlah pembobotan (*weight*), dimana semakin besarnya nilai ini menunjukkan bahwa semakin besar juga pengaruhnya. Total nilai dari seluruh pembobotan haruslah berjumlah sama dengan satu, tidak boleh lebih ataupun kurang. Setelahnya terdapat *rating* yang diberikan untuk tiap-tiap faktor yang ada, *rating* ini berskala dari satu sampai dengan empat. Angka satu menunjukkan bahwa perusahaan tidak memiliki kontrol terhadap faktor tersebut dengan baik, sedangkan angka empat menunjukkan bahwa perusahaan sudah dapat mengontrol faktor tersebut. Angka pada bagian *rating* diberikan berdasarkan *survey* maupun *interview* terhadap pesaing, angka tersebut haruslah angka yang dapat mewakili kondisi yang nyata dan sebenarnya.

Untuk mengetahui perusahaan mana yang sudah baik ataupun yang masih kurang, maka dapat dilihat dari total nilai yang didapat oleh masing-masing perusahaan. Total nilai tersebut didapatkan dari hasil perkalian pembobotan dengan *rating* yang kemudian dijumlahkan. Nilai yang masuk kategori baik adalah dengan total 2.5 keatas. Apabila nilai yang didapat dibawah 2.5 maka nilai tersebut menunjukkan bahwa perusahaan belum beroperasi dengan baik, sedangkan apabila lebih dari 2.5 maka perusahaan sudah baik dan mempunyai kekuatan serta dianggap mampu bersaing.

Berikut penjelasan mengenai posisi Exquisite Silhouette dan pesaingnya berdasarkan Tabel 2.1 CPM yakni:

1. Harga

Harga merupakan salah satu faktor yang dilihat oleh pelanggan sebelum memutuskan melakukan pembelian atau tidak. Para pelanggan



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

umumnya berusaha untuk memperoleh pelayanan yang maksimal dengan harga yang sesuai. Tabel CPM diatas menunjukkan bahwa harga memiliki bobot 0.20, ini merupakan bobot angka terbesar yang ada pada tabel. Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa *Exquisite Silhouette Boutique*, Arithalia, dan Heiress memiliki rating yang sama yakni sebesar 4. Hal ini menunjukkan bahwa kisaran harga yang ditawarkan oleh ketiga-tiganya kurang lebih berada pada harga yang relatif sama. Sedangkan Angel Paris memiliki rating yakni 1 karena harga yang ditawarkan lebih mahal.

2. Jasa

Jasa disini dimaksudkan pada jasa pendukung dalam menjalankan bisnis butik. Berdasarkan tabel CPM, bobot yang diberikan pada jasa adalah sebesar 0.10. Tabel diatas menunjukkan bahwa *Exquisite Silhouette Boutique* dan Angel Paris memiliki rating 4 sedangkan Arithalia dan Heiress memiliki rating 2, hal ini diakarenakan *Exquisite Silhouette* dan Angel Paris lebih unggul karena menawarkan jasa konsultasi bagi para pelagannya.

3. Fasilitas

Fasilitas merupakan hal pendukung yang diperlukan dalam menjalankan suatu bisnis. Fasilitas yang lengkap akan membuat suasana nyaman dan tentu akan menambah kepuasan pelanggan. Namun, berdasarkan pengumpulan data yang sudah dilakukan, sebesar 39.5% dari total responden memilih untuk netral terhadap fasilitas ataupun suasana. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh besar terhadap keputusan membeli seseorang dalam membeli pakaian, sehingga bobot

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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

yang diberikan hanya sebesar 0.05. Tabel CPM diatas menunjukkan bahwa Angel Paris memiliki rating 4 untuk fasilitas, karena memiliki fasilitas lengkap yang dapat memanjakan konsumennya. Sedangkan *Exquisite Silhouette Boutique*, Arithalia dan Heiress memiliki rating 3, karena fasilitas yang dimiliki belum lengkap dan memadai.

4. Kualitas layanan

Kualitas layanan yang memuaskan dapat dilihat dari kinerja setiap pekerjanya, pelayanan yang baik tentunya harus mampu memberikan kepuasan pelanggan untuk peliharaannya. Setiap usaha tentunya dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik, dan hal ini juga yang menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian produk di sebuah toko. Oleh karenanya, faktor pelayanan memiliki bobot cukup besar yakni 0.20 karena pelayanan tersebut dapat dirasakan oleh konsumen secara langsung dan dapat mempengaruhi keputusan membeli seorang konsumen. Tabel CPM diatas menunjukkan bahwa *Exquisite Silhouette Boutique* dan Angel Paris memiliki rating yang cukup tinggi yakni 3 yang tentu menjadi salah satu keunggulan karena *Exquisite Silhouette Boutique* dan Angel Paris memiliki pelayanan yang berkualitas dalam memenuhi kepuasan pelanggannya. Arithalia dan Heiress memiliki rating 2, karena mereka tidak memperhatikan peningkatan kualitas layanan dalam melayani kebutuhan pelanggannya.

5. Lokasi

Lokasi juga memiliki peran didalam menjalankan sebuah bisnis untuk menarik minat pelanggan. Berada dilokasi yang strategis dan memiliki

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.



tempat yang memadai untuk memarkirkan kendaraan tentu menjadi pilihan bagi pelanggan. Tabel CPM diatas menunjukkan bahwa lokasi memiliki bobot 0.10. Arithalia, Angel Paris, dan Heiress memiliki rating 4, karena berada di lokasi yang sangat strategis yakni di area Mall Kelapa Gading. *Exquisite Silhouette Boutique* memiliki rating 2, karena lokasinya yang cukup strategis dan akses yang mudah dijangkau dan padat penduduk.

6. Promosi

Promosi biasanya merupakan salah satu cara untuk menarik minat konsumen. Tujuan utama dari promosi adalah untuk memperkenalkan perusahaan dan menarik minat konsumen agar dapat melakukan pembelian. Dengan memanfaatkan kegiatan promosi, perusahaan dapat memaksimalkan kegiatan bisnisnya. Tabel CPM diatas menunjukkan bawah promosi memiliki bobot yakni 0.15. Pemberian bobot cukup besar karena pada umumnya pelanggan akan lebih tertarik untuk membeli suatu produk dengan rangkaian iklan dan promosi yang menarik dan meyakinkan mereka. Arithalia, Angel Paris dan Heiress memiliki keunggulan dibidang promosi dengan rating 3, karena memberikan promosi khusus bagi para pelanggannya. Sedangkan *Exquisite Silhouette Boutique* hanya memiliki rating 2, karena belum dikenal dan belum memiliki rangkain promosi untuk para pelanggannya.

7. Kualitas

Kualitas yang dimaksud adalah kemampuan dari para produsen untuk memberikan produk atau jasa yang terbaik dan sesuai dengan harapan konsumen, bagi bisnis seperti ini kualitas yang baik adalah saat

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



keinginan klien sesuai dengan hasil serta tepat waktu. Bobot dari kualitas adalah 0.2 atau dengan kata lain merupakan salah satu poin terpenting dari bisnis ini selain harga. *Exquisite Silhouette Boutique*, Arithalia, Angel Paris, dan Heiress mempunyai rating 3 pada kualitas karena menawarkan produk dengan kualitas terbaik.

Berdasarkan tabel CPM diatas *Exquisite Silhouette Boutique* memiliki total nilai 3.05, Nilai ini berada pada posisi pertama. Hal ini menunjukkan bahwa *Exquisite Silhouette Boutique* memiliki posisi yang bisa dikatakan mampu untuk bersaing dengan para pesaing lainnya. Pesaing utama dan terkuat pada bisnis ini dimiliki oleh Arithalia.

C. Porter's Five Forces Model of Competition

Persaingan merupakan inti dari keberhasilan, dan agar dapat memenangkan setiap persaingan maka perusahaan harus memiliki strategi bersaing. Berikut adalah tiga langkah yang dapat digunakan sebelum menggunakan strategi Porter's:

1. Mengidentifikasi faktor dan elemen penting didalam persaingan yang mempengaruhi perusahaan
2. Mengevaluasi seberapa kuat dan pentingnya setiap faktor dan elemen tersebut
3. Menentukan faktor kekuatan apakah yang membuat industri ini layak dan prospektif untuk digeluti

Strategi yang dapat digunakan untuk menganalisa pesaing didalam suatu industri menurut Michael Porter adalah dengan menggunakan 5 kekuatan utama didalam bersaing, yaitu:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

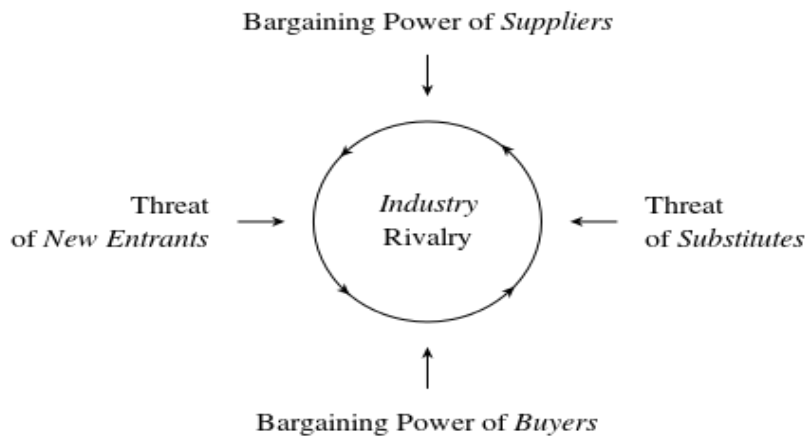
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Gambar 2.1

Porter's Five Forces Model of Competition



Sumber: David, F. R. (2013:106) Strategic Management Fourteenth Edition

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

1. *Competitive Rivalry within an Industry*

Semakin banyak pesaing didalam industri menunjukkan bahwa tingkat persaingan semakin tinggi. Setiap pesaing pasti berupaya untuk memperoleh pangsa pasar yang besar. Pelaksanaan strategi didalam berbisnis yang dilakukan dengan tepat sasaran tentu akan menjadi senjata yang paling baik dalam upaya memperoleh pangsa pasar tersebut.

Exquisite Silhouette Boutique berada dalam industri yang memiliki persaingan yang cukup tinggi, hal ini tentu membuat perusahaan harus senantiasa mampu memberikan strategi-strategi yang menarik dan tepat sasaran agar mampu bertahan dan terus berkembang. Kemampuan suatu bisnis bertahan dan terus berkembang tidak terlepas dari baiknya strategi yang dijalankan.

Exquisite Silhouette Boutique akan mengutamakan pelayanan yang terstandarisasi. Para pesaing sekarang ini semakin banyak namun standard pelayanan yang mereka berikan kepada pelanggan belum maksimal. Standarisasi pelayanan tersebut dimulai dari penyediaan pakaian dengan



kualitas terbaik dan menjaga kebersihan pakaian, kemudian membantu dan memastikan bahwa konsumen memilih pakaian yang sesuai dengan bentuk tubuh mereka.

Standarisasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa semua konsumen memperoleh pelayanan yang sama. Melalui strategi tersebut, penulis memiliki pandangan positif terhadap kemampuan *Exquisite Silhouette Boutique* untuk bersaing dengan para pesaing lainnya. Membuat bisnis ini dapat berjalan dengan baik dan terus berkembang.

2. *Bargaining Power of Supplier*

Besar kecilnya kekuatan daya tawar dari pemasok dapat mempengaruhi eksistensi perusahaan. Kekuatan daya tawar pada pemasok dikatakan tinggi apabila perusahaan memerlukan biaya yang tinggi untuk mengganti daya yang dibutuhkan atau berpindah pemasok. Dikatakan rendah apabila perusahaan dapat dengan mudah berpindah pemasok dan tidak memerlukan biaya yang tinggi.

Bisnis pada industri ini memiliki daya tawar yang rendah dari pemasok. Ini dikarenakan kebutuhan akan bahan baku dari bisnis ini dapat ditemukan dengan mudah, dan terdapat banyak pemasok yang dapat diandalkan sehingga bisa dikatakan bahwa biaya untuk berpindah pemasok relatif sangat rendah

Exquisite Silhouette Boutique hanya membutuhkan berbagai macam gaun yang sesuai dengan tipe-tipe bentuk tubuh yang ada pada umumnya. Semua pakaian tersebut dapat diperoleh dari beberapa supplier langsung ataupun *online* yang berlokasi di Jabodetabek serta beberapa negara lainnya seperti China, Hongkong dan Thailand. Pembelian dilakukan berdasarkan harga dan kualitas yang ditawarkan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Exquisite Silhouette Boutique senantiasa akan selalu membuka diri terhadap supplier baru, hal ini ditujukan untuk memperoleh harga dan kualitas yang terbaik. Sehingga tingkat ketergantungan *Exquisite Silhouette Boutique* terhadap supplier dapat terkendali dengan baik.

3. *Bargaining Power of Customer*

Konsumen merupakan asset dari segala jenis bisnis. Mendapatkan konsumen dan mempertahankannya merupakan tujuan dari setiap bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki kekuatan daya tawar yang dapat mempengaruhi perusahaan, baik itu kekuatan yang besar maupun yang kecil. Memperoleh harga yang rendah dengan benefit dan kualitas yang memuaskan merupakan harapan dan keinginan dari setiap konsumen. Melihat hal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang mempunyai kekuatan dan kemampuan untuk membuat konsumen berpindah dengan mudah.

Bisa dikatakan, bisnis ini berada pada industry yang memiliki kekuatan daya tawar dari konsumen yang relatif tinggi. Perusahaan dituntut untuk harus mampu menciptakan pelayanan yang memuaskan dengan harga yang sesuai. Pelayanan yang memuaskan akan ditawarkan *Exquisite Silhouette Boutique* mulai dari penyediaan pakaian dengan berbagai model sesuai bentuk tubuh yang ada dan membantu konsumen dalam memilih pakaian yang sesuai dengan bentuk tubuhnya agar mereka dapat tampil sempurna. Hal ini tentu dapat membuat pelanggan akan enggan untuk berpindah-pindah, sehingga mampu mengendalikan kekuatan dari pelanggan terhadap bisnis.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



4. *Threat of New Entrants*

Ancaman dari pendatang baru bisa dilihat dari mudah tidaknya pesaing untuk memasuki bisnis ini dan juga melalui risiko yang dimiliki. Semakin rendah resiko maka pesaing akan mudah untuk masuk, begitu juga dengan sebaliknya.

Butik merupakan salah satu bisnis yang memiliki banyak pesaing baik secara langsung maupun tidak langsung. Meskipun banyak pesaing, bisnis ini masih memiliki pasar dengan prospek yang baik melihat perkembangan dunia *fashion* yang semakin pesat. Selain itu, dalam upaya menjalankan bisnis ini perusahaan dituntut untuk harus mampu memberikan konsistensi dan komitmen yang tinggi.

Exquisite Silhouette Boutique harus mewaspadai setiap pesaing yang ada, baik dari pesaing baru maupun lama. Selain itu, memperhatikan dan mempelajari setiap strategi dan taktik yang dilakukan oleh para pesaing juga merupakan suatu kewajiban. Berdasarkan hal itu, *Exquisite Silhouette Boutique* memiliki level *threat of new enterants* yang tinggi.

5. *Threat of Substitute Products*

Produk dan atau jasa yang dapat menggantikan merupakan ancaman bagi perusahaan. Produk substitusi dapat menjadi ancaman yang kuat apabila produk dan jasa tersebut dapat menjadi alternatif secara penuh bagi konsumen. Mudahna konsumen memperoleh produk pengganti tentunya akan mengancam keberadaan pasar. Munculnya produk pengganti bisa diakibatkan karena harga produk utama terbilang mahal atau bisa juga dikarenakan munculnya teknologi baru yang lebih efektif dan efisien baik dalam waktu maupun harga.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Salah satu produk substitusi dari usaha ini adalah kebaya pesta. Saat ini kebaya semakin dikenal dan diminati oleh masyarakat Indonesia dan manca negara, baik kebaya tradisional maupun kebaya modern. Namun, tingkat kesulitan dalam membuat kebaya menjadikan harga sebuah kebaya pesta menjadi sangat mahal. Hal ini tentu membuat konsumen mengeluarkan biaya lebih untuk memperoleh sebuah kebaya pesta untuk menggati baju pesta pada umumnya. Melihat kondisi ini, *Exquisite Silhouette Boutique* yakin bahwa bisnis ini mampu bersaing dengan baik sehingga ancaman tersebut dapat terkendali dengan maksimal. Sehingga, *threat of substitute product* dari usaha ini terbilang cukup rendah.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Analisis SWOT

David, F. R. (2013:206), menggambarkan SWOT sebagai sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manager mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan Ancaman, dan Strategi WT (Kelemahan-ancaman).

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 defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Berikut ini adalah analisis SWOT dari *Exquisite Silhouette* :

1. Strength

- a. Jenis produk yang dijual beragam dan mengikuti tren serta berkualitas.

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.



- b. Tenaga kerja yang cukup terlatih dan berkualitas.
 - c. Menyediakan jasa konsultasi *fashion*.
 - d. Harga yang ditetapkan kompetitif.
 - e. Fasilitas yang memadai dan layanan yang cepat dan tanggap.
2. Weakness
- a. Lokasi butik yang kurang strategis.
 - b. Belum dikenal oleh masyarakat
 - c. Kurangnya pengalaman dalam hal manajemen.
 - d. Modal rendah.
 - e. Kurangnya loyalitas pelanggan
3. Opportunity
- a. Timbulnya kesadaran dan minat masyarakat terhadap *fashion*.
 - b. Perkembangan industri *fashion* yang kian pesat.
 - c. Perubahan gaya hidup masyarakat.
4. Threat
- a. Ancaman dari pesaing lain yang mengikuti ide bisnis ini
 - b. Konsumen yang sudah loyal pada merk pakaian tertentu.
 - c. Regulasi pemerintah
 - d. Perubahan nilai tukar valuta asing.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Tabel 2.2

Exquisite Silhouette Boutique

Strength, Weakness, Opportunity, Threat

<p>SWOT</p>	<p>Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis pakaian yang dijual beragam dan mengikuti tren serta berkualitas 2. Tenaga kerja terlatih dan berkualitas. 3. Menyediakan jasa konsultan <i>fashion</i>. 4. Harga yang ditetapkan kompetitif. 5. Fasilitas yang memadai dan layanan yang cepat dan tanggap. 	<p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi butik yang kurang strategis. 2. Belum dikenal oleh masyarakat 3. Kurangnya pengalaman dalam hal manajemen. 4. Modal rendah. 5. Kurangnya loyalitas pelanggan.
<p>Opportunity</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Timbulnya kesadaran dan minat masyarakat terhadap <i>fashion</i>. 2. Perkembangan industri <i>fashion</i> yang kian pesat. 3. Perubahan gaya hidup masyarakat. 	<p>SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan jasa konsultasi mengenai perkembangan <i>fashion</i> terkini. (S2, S3, O2,O3) 2. Menyediakan pakaian yang mengikuti perkembangan tren dan selera masyarakat. (S1, S4, O1) 3. Meminta <i>feedback</i> pelayanan setiap kali selesai bertransaksi dengan Exquisite Silhouette. (S2,O2,O3) 	<p>WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka cabang butik baru. (W1, O2) 2. Membagikan brosur (W1,W2,O2,O3) 3. Menyebarkan <i>online catalogue</i> secara berkala. (S5, O3) 4. Memberikan <i>membership</i> (W1, W2, W5,O1,O2,O3)
<p>Threat</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ancaman dari pesaing lain yang mengikuti ide bisnis ini 2. Konsumen yang sudah loyal pada merk pakaian tertentu. 3. Regulasi pemerintah 4. Perubahan nilai tukar valuta asing. 	<p>ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan informasi <i>fashion</i> yang bermanfaat bagi para pelanggannya (S3, S5, T1, T2) 2. Memberikan pelayanan yang terstandarisasi (S1, S2, S3, S5, T1,T2) 3. Memberikan harga yang kompetitif dan sebanding dengan mutu pelayanan (S1, S4, T2,T3, T4) 	<p>WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Setiap pekerja dibekali pengetahuan manajemen (W3,T1) 2. Membuat citra perusahaan yang lebih profesional dan berkelas (W2, W3, W5, T1, T2)

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

1. Dilarang menyalin 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.



E. Segmentasi Pasar

Segmentasi Pasar menurut Kotler dan Armstrong (2010:215), segmentasi pasar adalah membagi sebuah pasar ke dalam kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang terpisah. Melalui segmentasi pasar, perusahaan membagi pasar yang besar ke dalam segmen-segmen yang kecil, sehingga dapat dijangkau oleh perusahaan secara lebih efisien dan efektif dengan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam segmen tersebut.

Exquisite Silhouette Boutique akan memfokuskan pada segmentasi pasar berdasarkan segmentasi geografi, segmentasi demografis, dan segmentasi psikologis.

1. Segmentasi Geografi

Segmentasi secara geografis berarti membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, pulau, provinsi, kota, iklim dan pemukiman. Melakukan segmentasi secara geografis bertujuan untuk membantu perusahaan didalam beraktifitas, sehingga memberikan kepastian dan jaminan dimana jasa ini akan beroperasi.

Usaha *Exquisite Silhouette Boutique* berlokasi di daerah Kelapa Gading, Jakarta Utara. Kelapa Gading dan sekitarnya merupakan wilayah yang aktif dan padat penduduk, dimana terdapat banyak tempat perbelanjaan, apartemen, perkantoran, perumahan, restaurant, *cafe*, tempat olahraga, dan lainnya yang merupakan target pasar bisnis ini. Lokasi usaha ini juga bisa dikatakan sangat strategis karena berada di dekat dua akses jalan tol yang mengelilingi kota jakarta, konsumen dapat berasal dari daerah lain seperti Sunter, Rawamangun, Jatinegara,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Jatiasih, Pondok Gede, Bekasi Barat, Pluit, Ancol, Kapuk Muara, dan lainnya.

2. Segmentasi Demografi

Segmentasi demografi berarti membagi pasar berdasarkan umur, jenis kelamin, pendapatan, status, pendidikan, dan lainnya. Pembagian segmentasi secara demografi berguna untuk memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai siapa yang menjadi sasaran pemasaran yang harus ditawarkan. Berdasarkan segmentasi demografi, Usaha bisnis dari *Exquisite Silhouette Boutique* diperuntukkan bagi konsumen wanita dengan usia 17 – 40 tahun serta yang memiliki pendapatan yang menengah.

3. Segmentasi Psikografi

Segmentasi psikografi berarti membagi pelanggan menjadi kelompok – kelompok tertentu berdasarkan status sosial, gaya hidup dan kepribadian. *Exquisite Silhouette Boutique* memiliki segmentasi psikografi yakni pelanggan yang memiliki status sosial menengah keatas dengan gaya hidup dan kepribadian yang dinamis mengikuti perkembangan mode.

4. Segmentasi Tingkah laku

Segmentasi tingkah laku berarti mengelompokkan pelanggan pada pengetahuan, sikap, penggunaan dan atau reaksinya terhadap suatu produk dan atau jasa. Berdasarkan tingkah laku maka *Exquisite Silhouette Boutique* memiliki segmentasi yakni pelanggan yang membutuhkan pakaian pesta dan yang sadar akan perkembangan dan perubahan tren.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



F. Ramalan Industri dan Pasar

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

Ramalan industri dan pasar berarti memperkirakan bagaimana kondisi industri dan pasar di masa depan. Perlunya melakukan ramalan terhadap industri dan pasar adalah untuk mengetahui apakah nantinya bisnis ini masih prospektif untuk dijalankan atau tidak. Mengetahui kondisi sekarang dan masa depan merupakan hal yang perlu dilakukan. Apabila bisnis sudah tidak lagi memiliki prospek yang menjanjikan nantinya maka dapat dikatakan bahwa bisnis ini tidak layak untuk dilakukan karena tidak sesuai dengan kebutuhan dimasa depan. Sebaliknya bila kedepannya bisnis ini masih menarik dan diminati masyarakat maka bisnis ini akan layak untuk dilakukan. Ketidak mampuan menganalisa industri dimasa depan merupakan salah satu penyebab bisnis itu tidak dapat berkembang dan bahkan gagal.

Menurut tabel persentase pengeluaran perkapita perbulan, pengeluaran masyarakat di sektor barang pakaian semakin meningkat dari tahun 2012 sampai tahun 2014. Peningkatan penjualan juga terjadi pada semester akhir di setiap tahunnya, hal ini dikarenakan bertambahnya jumlah kegiatan kegiatan yang membutuhkan pakaian formal, seperti resepsi pernikahan. Oleh karena itu, penulis menjadikan peluang ini untuk mendirikan usaha ini dan yakin bahwa usaha ini akan memiliki masa depan yang menjanjikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Tabel 2.3

Persentase Pengeluaran Rata-rata per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Barang, Indonesia, 2011-2014

Kelompok Barang	2011		2012		2013		2014	
	Maret	September	Maret	September	Maret	September	Maret	September
Makanan:								
Padi-padian	7.48	8.37	9.14	7.9	8.24	7.46	7.76	6.83
Umbi-umbian	0.51	0.48	0.44	0.42	0.45	0.47	0.46	0.46
Ikan	4.27	4.12	4.20	4.08	4.03	3.98	4.10	3.94
Daging	1.85	2.19	2.06	2.26	1.88	1.8	1.93	1.93
Telur dan susu	2.88	2.86	3.00	2.74	3.06	2.85	3.08	2.95
Sayur-sayuran	4.31	3.72	3.78	3.62	4.43	3.91	3.87	3.45
Kacang-kacangan	1.26	1.31	1.33	1.32	1.34	1.24	1.33	1.22
Buah-buahan	2.15	2.06	2.44	2.28	2.33	1.84	2.48	2.12
Minyak dan lemak	1.91	1.79	1.95	1.79	1.64	1.56	1.64	1.5
Bahan minuman	1.80	1.93	1.73	1.68	1.90	1.74	1.73	1.62
Bumbu-bumbuan	1.06	1.02	1.02	0.96	0.96	0.94	0.95	0.92
Konsumsi lainnya	1.07	1.07	1.1	1.01	1.04	0.94	1.00	0.93
Makanan jadi	13.73*)	11.83*)	12.72*)	11.65*)	13.11*)	12.46*)	13.37*)	12.56*)
Minuman beralkohol	-	-	-	-	-	-	-	-
Tembaku dan sirih	5.16	5.73	6.16	6	6.24	6.01	6.33	6.03
Jumlah makanan	49.45	48.46	52.08	47.71	50.66	47.19	50.04	46.45
Bukan makanan:								
Perumahan dan fasilitas rumah tangga	19.91	18.92	21.05	19.86	20.20	19.15	20.75	19.58
Barang dan jasa	17.92	17.97	17.84	18.1	18.51	19.17	19.54	19.28
Pakaian, alas kaki dan tutup kepala	2.02	6.96	1.74	5.95	2.06	6.53	1.91	6.57
Barang-barang tahan lama	7.52	4.76	5.15	5.27	5.38	4.94	4.45	4.87
Pajak dan asuransi	1.64	1.51	1.48	1.73	1.67	1.60	1.78	1.86
Keperluan pesta dan upacara	1.53	1.43	1.65	1.39	1.51	1.43	1.51	1.40
Jumlah bukan makanan	50.55	51.54	48.92	52.29	49.34	52.81	49.96	53.55

Sumber: Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Triwulan I-2013, BPS
<http://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/960>

1. Dilarang menyalin, menjiplak, atau melakukan tindakan lain yang merugikan tanpa izin dari pihak penerbit. Hak cipta dilindungi undang-undang.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak cipta dilindungi undang-undang. IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)