



## BAB II

### ANALISIS INDUSTRI

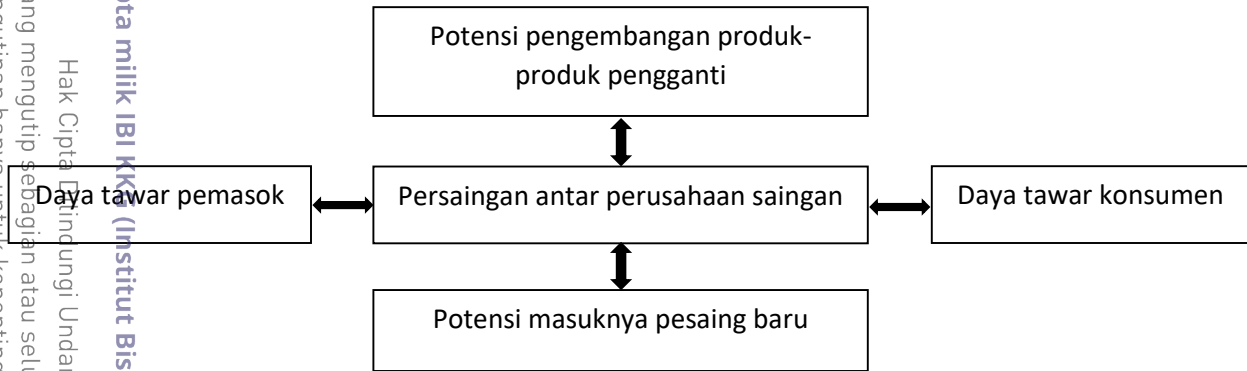
Analisis industri harus dilakukan para wirausahawan yang ingin memulai usaha, sehingga usaha yang direncanakan dapat lebih focus pada tren yang sedang terjadi. Menurut Hisrich (2010:225), “Analisis industri (*Industry Analysis*) atau pemindaian lingkungan (*environmental scanning*) berfokus pada upaya identifikasi dan evaluasi trend dan kejadian yang berada di luar kendali satu perusahaan.”

Tanpa dilakukannya analisis industri terlebih dahulu, tidak dapat diprediksikan apa yang akan terjadi pada suatu bisnis. Analisis industri memberikan banyak hasil penelitian yang akan sangat berguna bagi suatu bisnis untuk jangka panjang. Analisis industri juga dapat memberi tahu apakah suatu bisnis tersebut dapat bertahan dan bersaing dengan para pesaing terdekatnya.

Menurut Fred R. David (2009:145), Model Lima Kekuatan Porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Kondisi usaha bisnis *Con Jersey* dapat dianalisis dengan menggunakan *Porter's Five-Forces Model* (Model Lima Kekuatan Porter). Model Lima Kekuatan Porter adalah suatu kerangka kerja untuk menganalisis industri dan pengembangan strategi bisnis yang dikembangkan oleh Michael Porter dari Sekolah Bisnis Harvard pada tahun 1979. Menurut Porter, hakikat persaingan di suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan, dapat dilihat pada gambar di halaman berikut ini :

Gambar 2.1

Model Lima Kekuatan Porter



Sumber : Fred R. David (2009), Manajemen Strategis Konsep, Salemba Empat, Edisi 12, Jilid 1, Hal 146

1. Persaingan antar perusahaan saingan

Persaingan antar perusahaan saingan maksudnya adalah persaingan diantara perusahaan yang menawarkan produk dan atau jasa yang sejenis. Persaingan antar perusahaan sejenis merupakan kekuatan yang paling besar dalam model ini jika dibandingkan dengan kekuatan lain. Strategi yang dijalankan oleh perusahaan harus memberikan keunggulan kompetitif dibanding dengan strategi yang dijalankan oleh pesaing, seperti penurunan harga, peningkatan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, perpanjangan garansi, dan penintensifan iklan. Intensitas persaingan cenderung meningkat ketika konsumen dapat beralih merek dengan mudah. Bisnis *Con Jersey* merupakan salah satu bisnis dengan cukup banyak pesaing khususnya untuk wilayah Tanah Abang.



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.



Oleh karena itu, *Con Jersey* harus melakukan strategi dengan meningkatkan keunggulan dan segi pengintensifan promosi, peningkatan fasilitas yang ada dan peningkatan kualitas layanan yang ditawarkan.

## 2. Potensi masuknya pesaing baru

Ketika perusahaan baru dapat dengan mudah masuk ke dalam industri tertentu, intensitas persaingan antar perusahaan akan meningkat. Hambatan bagi masuknya perusahaan baru dapat mencakup kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi dengan cepat, kebutuhan untuk mendapatkan teknologi dan pengetahuan khusus, kuatnya preferensi merk, lokasi, besarnya kebutuhan akan modal, loyalitas konsumen yang kuat, dll. *Con Jersey* yang bergerak di pakaian olahraga menyadari bahwa kemungkinan masuknya pesaing baru cukup besar karena loyalitas konsumen yang rendah, besarnya modal pun dimiliki oleh beberapa pengusaha, serta pesaing yang ada sekarang hanya sedikit yang memiliki merk yang kuat.

## 3. Potensi Pengembangan produk-produk pengganti

Di dalam banyak industri, perusahaan berkompetisi ketat dengan produsen produk-produk pengganti di industri lain. Adanya produk substitusi menciptakan batas harga yang tertinggi yang dapat dibebankan sebelum konsumen beralih ke produk substitusi. *Con Jersey* yang bergerak dalam bidang pakaian olahraga merasa bahwa potensi persaingan dengan produk substitusi tidak terlalu berpengaruh karena *Con Jersey* menyediakan berbagai perlengkapan olahraga, yang jarang ditemukan adanya produk substitusi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Himpunan Mahasiswa Informatika Kwik Kian Gie

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



#### 4. Kekuatan tawar pemasok

Kekuatan tawar-menawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan dalam suatu industri. Sering kali kepentingan yang dicari pemasok dan produsen adalah memberikan harga yang masuk akal, memperbaiki kualitas dan pengiriman *just-in-time* sehingga memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Dalam hal ini, *Con Jersey* tidak sulit untuk mendapatkan pemasok dengan harga dan kualitas yang bersaing satu dengan yang lainnya. *Con Jersey* sendiri bekerja sama dengan beberapa pemasok seperti pemasok perlengkapan olahraga.

#### 5. Daya Tawar Menawar

Ketika konsumen terkonsentrasi atau membeli dalam jumlah besar, kekuatan tawar menawar mereka menjadi kekuatan utama yang mempengaruhi intensitas persaingan dalam suatu industri. Konsumen memiliki daya tawar apabila berada dalam kondisi seperti jika konsumen dapat dengan mudah beralih ke merk atau pesaing lain, jika mereka memegang informasi tentang produk, harga dan biaya penjual, jika mereka menduduki hal yang penting bagi penjual, jika penjual menghadapi masalah menurunnya permintaan konsumen, jika mereka memegang kendali mengenai apa dan kapan mereka bisa membeli produk. Dalam bidang pakaian olahraga, konsumen memiliki daya tawar karena mereka dengan mudah beralih ke toko lain tanpa mengeluarkan biaya apapun, mereka pun memiliki informasi tentang produk, harga dan biaya penjual karena sebelum membeli suatu produk biasanya konsumen telah memiliki pengalaman dalam membeli produk tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki 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



Berdasarkan hasil evaluasi analisis industri menggunakan model lima kekuatan Porter, persaingan antar perusahaan saingan serta potensi masuknya pesaing baru dan daya tawar menawar konsumen menjadi ancaman cukup besar bagi perusahaan. Sedangkan potensi pengembangan produk-produk pengganti dan kekuatan tawar pemasok menjadi hambatan kecil bagi perusahaan yang bergerak di industri ini.

## A. Gambaran Masa Depan

Memulai suatu usaha baru, perlu dibuat perencanaan yang matang. Hal yang sangat penting adalah menentukan jenis usaha apa yang cocok untuk dimasuki. Hal ini terkait dengan kemampuan masing-masing orang, karena untuk membuat suatu usaha baru, harus benar-benar memahami proses bisnis usaha yang akan digeluti tersebut beserta risikonya.

Kesehatan merupakan hal yang sangat penting bagi era modern saat ini. Dikarenakan kondisi tubuh yang sehat menghasilkan orang yang produktif secara sosial dan ekonomis. Kesehatan merupakan faktor utama penentu suatu keberhasilan. Perlengkapan olahraga yang terjual laku di pasaran menjadi bukti bahwa kesehatan merupakan salah satu kebutuhan saat ini. Kegiatan olahraga dapat dilakukan secara personal oleh setiap orang. Oleh karena itu mereka membutuhkan pakaian olahraga untuk mewujudkan keinginan serta kebutuhan mereka.

Banyaknya minat masyarakat terhadap kesehatan serta ketertarikan akan hobi dalam berolahraga serta menjadikan olahraga sebagai gaya hidup yang sehat membuat



penulis tertarik untuk membuka usaha pakaian olahraga. *Con Jersey* menyediakan berbagai pakaian olahraga secara lengkap. Para konsumen tidak perlu khawatir lagi terhadap usahanya mendapatkan perlengkapan olahraga. Dengan adanya usaha ini para konsumen dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan pakaian olahraga mereka.

Bisnis ini akan terus bertumbuh dikarenakan kesehatan sudah menjadi kebutuhan di kalangan masyarakat luas. Kegiatan berolahraga menjadi keinginan setiap orang yang ingin memiliki tubuh yang sehat sehingga membutuhkan suatu produk olahraga yang mendukung dalam melakukan kegiatan olahraga tersebut.

Prospek bisnis pakaian olahraga:

**Tabel 2.1**  
**Jumlah toko olahraga di Tanah Abang**

Tahun	Jumlah Toko
2010	75
2011	96
2012	152
2013	203

Sumber: Tanah Abang, 2013

Jumlah event olahraga sendiri tercatat pada tahun 2013 sebanyak 53 event yang diselenggarakan di ibu kota Jakarta. Sumber [www.jakarta.go.id](http://www.jakarta.go.id)



## B. Analisis Lingkungan Bisnis

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

Secara khusus, analisis lingkungan bisnis merupakan alat untuk memahami segala risiko terkait dengan pertumbuhan atau penurunan, dan juga posisi, potensi serta arahan strategis untuk bisnis maupun organisasi. Analisis lingkungan bisnis juga digunakan sebagai alat untuk mencari tahu apakah organisasi di dalam suatu konteks lingkungan dengan segala hal terjadi di luar sana pada saat bersamaan memberi pengaruh ke dalam organisasi. Sebagai bentuk pengukuran bisnis, yang melihat faktor eksternal dan pengaruhnya bagi organisasi, analisis lingkungan bisnis ini seringkali digunakan bersama dengan analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities and Threat*), tetapi terlibat khusus di dalam analisis *opportunities* dan *threat*.

Analisis lingkungan bisnis untuk *Con Jersey* adalah sebagai berikut:

### 1. Politik (*Politic*)

Faktor politik mengacu pada cara di mana pemerintah dapat campur tangan dalam perekonomian dalam hal hukum lingkungan dan tenaga kerja, tarif, pembatasan perdagangan dan kebijakan pajak. Peristiwa politik yang terjadi di Indonesia dapat

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



memberikan dampak positif maupun negatif kepada pengusaha bisnis yang sedang atau akan dijalankan ke depannya. Tidak ada jaminan bahwa situasi politik di Indonesia akan stabil atau pemerintah akan menerapkan kebijakan ekonomi yang kondusif untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi atau yang tidak berdampak negatif terhadap kondisi regulasi pada bisnis pakaian olahraga *Con Jersey*.

## 2) Ekonomi (*Economic*)

Faktor ekonomi yang mengacu pada bagaimana nilai tukar, tingkat inflasi, dan pertumbuhan ekonomi akan berdampak pada bisnis dan bagaimana dapat tumbuh, berkembang dan membuat berbagai keputusan.

Krisis keuangan global berdampak buruk secara material terhadap jejaring bisnis saat ini, tidak terkecuali pada bisnis pakaian olahraga. Laju inflasi meningkat, penurunan pada perdagangan ekspor berpengaruh secara tidak langsung terhadap bisnis. Beberapa perusahaan tersebut akan melaksanakan program-program penurunan jumlah karyawan agar menyeimbangkan pengeluaran dan pemasukan keuangan mereka.

Namun disisi lain, apabila dengan jumlah penduduk yang besar dan terjadi pertumbuhan ekonomi yang pesat maka akan mendorong permintaan yang tinggi atas kebutuhan kesehatan dan hiburan. Pakaian olahraga akan terus tumbuh sejalan dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang diharapkan akan meningkatkan margin keuntungan bagi perusahaan.





### 3. Sosial (*Social*)

**C** Faktor sosial ini mengacu pada distribusi pendapatan, demografi, tenaga kerja / mobilitas sosial, perubahan gaya hidup, sikap kerja, pendidikan, kesehatan dan kesejahteraan, dan kondisi kehidupan. Masyarakat perkotaan semakin menuntut mobilitas, fleksibilitas, dan tren (gaya hidup). Perkembangan gaya hidup mempengaruhi kegemaran untuk membeli barang atau jasa yang sedang tren saat ini salah satunya pakaian olahraga. Kebutuhan terhadap pakaian olahraga saat ini bukan sekedar untuk memperoleh kesehatan saja, tetapi lebih dari itu yakni mendapatkan komunitas sosial yang memiliki kondisi kehidupan yang sama.

### 4. Teknologi (*Technology*)

Teknologi berpengaruh besar dalam memberikan efisiensi terhadap proses produksi dan pengambilan keputusan. Pada bisnis pakaian olahraga, kemajuan teknologi tidak menjadi hal yang berpengaruh langsung dalam memberikan profitabilitas terhadap perusahaan. Dikarenakan proses berlangsungnya treatment tidak menggunakan teknologi.

### 5. Hukum dan Lingkungan (*Legal dan Environment*)

Di Indonesia, pergantian pemerintahan akan berdampak pada perubahan hukum dan regulasi yang berpengaruh pada lingkungan. Faktor hukum merujuk pada semua hukum langsung yang terhubung pada bisnis atau perusahaan dan daerah kegiatan, termasuk hukum konsumen dan hukum kesehatan dan keselamatan. Sedangkan faktor

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



lingkungan merujuk pada semua faktor yang berkaitan langsung, dipengaruhi atau ditentukan oleh lingkungan sekitar. Ini mencakup posisi geografis serta perubahan iklim. Faktor ini tidaklah menjadi ancaman karena daerah ini tidaklah rawan pergolakan hukum akan bisnis ini. Sedangkan banjir adalah fenomena alam yang terjadi tidak hanya di daerah ini, namun hampir di seluruh kawasan Jakarta. Banjir pun hanya menghambat orang untuk datang ke suatu tempat dan hal itu tidak membuat peralatan menjadi terendam dan rusak, karena itu bersifat netral.

Berdasarkan hasil evaluasi analisis lingkungan *Con Jersey*:

Faktor politik, faktor teknologi dan faktor hukum & lingkungan berdampak kecil terhadap industri ini sehingga tidak menjadi ancaman bagi perusahaan. Faktor ekonomi menjadi ancaman cukup besar terhadap industri ini. Faktor sosial dikategorikan sebagai peluang dalam industri ini.

### C. Analisis Pesaing

Analisis pesaing, menurut Kotler dan Armstrong (2008:269), adalah “Proses mengidentifikasi para pesaing utama : menilai tujuan, strategi kekuatan dan kelemahan mereka dan pola reaksi; kemudian memilih pesaing yang akan diserang atau dihindari”.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:269), langkah-langkah dalam menganalisis pesaing adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi pesaing perusahaan
2. Menilai tujuan, strategi, kekuatan dan kelemahan pesaing, dan pola reaksi



3. Memilih pesaing yang akan diserang atau dihindari
4. Memperkirakan reaksi pesaing

Dengan mengetahui tujuan, kekuatan, kelemahan, pola reaksi dan strategi pesaing maka perusahaan akan dapat menetapkan strategi yang tepat dalam menghadapi pesaingnya serta mempersiapkan strategi menyerang ataupun bertahan untuk menghadapi pesaing. Cara-cara untuk memperoleh informasi mengenai pesaing, antara lain kunjungan ke perusahaan pesaing, menggunakan produk pesaing, dan berkomunikasi dengan konsumen untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen akan produk yang ditawarkan pesaing.

Berikut ini adalah beberapa daftar nama-nama pesaing utama *Con Jersey* kekuatan dan kelemahannya:

#### 1. Jersey Kiosk

Nama perusahaan : Brand name yang di miliki oleh Kiosk cukup dikenal oleh sebagian besar orang yang berada di Jakarta.

Lokasi : Pusat grosir tanah abang, blok b los h, lantai 2, no 22-23, Jakarta Pusat. Lokasinya cukup strategis karena berada di tengah-tengah pusat penjualan perlengkapan olahraga sehingga mudah dijangkau oleh konsumen.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**2) Risrus Sport**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Harga	: Harga yang ditawarkan cukup bervariasi tergantung jenis produk. Perlengkapan olahraga mulai dari Rp 100.000, sampai Rp 200.000,-. Harga tergolong cukup murah dilihat dari perlengkapan olahraga yang memiliki cukup banyak pilihan di dalamnya.
Keragaman produk	: Produk yang ditawarkan sangat beragam, mulai dari jersey, jaket, sepatu, sampai kaos kaki. Dilihat dari keseluruhan, masing-masing produk yang ditawarkan tergolong cukup lengkap.
Kondisi ruangan	: Tampilan toko terlihat cukup rapi serta tertata dalam nuansa olahraga dan terlihat kesan sporty di dalamnya.
Nama perusahaan	: Nama perusahaan sudah sangat dikenal oleh masyarakat tanah air. Perusahaan yang telah mendapat cukup banyak apresiasi dalam bidang pakaian olahraga.
Lokasi	: Memiliki cabang yang terletak di Pusat grosir tanah abang, blok b los e, lantai 3, no 131-132, Jakarta Pusat.

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.



**C** Harga

: Harga yang ditawarkan berkisar dari Rp 90.000,- sampai dengan Rp 230.000,-.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Keragaman produk

: Produk yang ditawarkan sangat lengkap yaitu semua perlengkapan olahraga dari cabang olahraga apapun. Banyaknya produk olahraga yang ditawarkan pun menambah keragaman produk.

Kondisi ruangan

: Design interior yang menganut konsep sporty sangat baik, karena Risrus sport memiliki ruangan dalam operasionalnya dan pengaturan yang tertata sangat rapi.

**3** Soccer Jersey 7

Nama perusahaan

: Nama perusahaan kurang dikenal di kalangan masyarakat.

Lokasi

: Pusat grosir tanah abang, blok b los f, lantai 2, no 150, Jakarta Pusat.

Harga

: Harga yang ditawarkan berkisar dari 85.000,- sampai dengan 150.000,-. Harga tergolong murah, dilihat dari produk yang ditawarkan.

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.



**C** Keragaman produk : Produk yang ditawarkan hanya berupa jersey, sedangkan produk lainnya tidak terlalu lengkap.

Kondisi ruangan : Design interior sederhana dan menganut konsep minimalis. Toko tidak terlalu besar namun tergolong cukup rapi.

Berdasarkan informasi para pesaing yang didapatkan, maka dapat dibandingkan kekurangan dan kelebihan antara para pesaing, yang dapat dilihat dalam table 2.1 berikut:

**Tabel 2.2**

**Perbandingan Pesaing**

Kategori	Con Jersey	Jersey Kiosk	Risrus Sport	Soccer Jersey 7
Nama Perusahaan	Belum dikenal	Kurang dikenal	Sangat terkenal	Kurang dikenal
Lokasi	Strategis	Strategis	Strategis	Cukup Strategis
Harga	Relatif Murah	Relatif Murah	Relatif Mahal	Murah
Keragaman produk	Banyak Pilihan	Banyak Pilihan	Sangat Lengkap	Tidak Banyak Pilihan
Kelayakan produk	Baik	Baik	Sangat Baik	Baik
Kondisi ruangan	Sangat Baik	Cukup Baik	Sangat Baik	Cukup Baik

Sumber: Hasil pengamatan, 2013

Setelah mengenali perusahaan pesaing, serta tujuan dan strateginya, *Con Jersey* dapat menilai kekuatan dan kelemahan pesaing menggunakan *Competitive Profil Matrix*

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 sumbernya.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.

yang mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahannya khususnya dalam hubungannya dengan posisi strategis. Analisis ini dapat memberikan strategi ofensif dan defensive yang harus dilakukan oleh *Con Jersey* dalam menghadapi kekuatan dan kelemahan dari pesaing-pesaingnya.

*Con Jersey* ini memiliki konsep yang berbeda dari pesaing lainnya, yaitu menawarkan setiap konsumen untuk menjadi member dengan biaya registrasi 100.000,-. Keuntungan dari member tersebut yaitu konsumen mendapatkan potongan harga untuk beberapa produk tertentu. Konsumen juga bisa mendapatkan produk gratis dengan syarat dan ketentuan yang ada.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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





**Tabel 2.3**  
**Con Jersey**  
**Competitive Profile Matrix**

Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	Rencana Con Jersey		Jersey Kiosk		Risrus Sport		Soccer 7 Jersey	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Layanan	0,2	4	0,8	3	0,6	4	0,8	3	0,6
Promosi	0,1	4	0,4	3	0,3	4	0,4	3	0,3
Keragaman produk	0,2	3	0,6	3	0,6	4	0,8	2	0,4
Kualitas produk	0,1	3	0,3	3	0,3	4	0,4	3	0,3
Kondisi ruangan	0,1	4	0,4	3	0,3	4	0,4	3	0,3
Lokasi	0,1	4	0,4	3	0,3	4	0,4	3	0,3
Daya saing harga	0,2	3	0,6	3	0,6	2	0,4	4	0,8
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3,5</b>		<b>3,0</b>		<b>3,6</b>		<b>3,0</b>

Sumber : Con Jersey , 2013

Keterangan :

- Bobot yang memiliki angka tertinggi merupakan faktor paling penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan, jika ada bobot yang sama berarti dianggap sama pentingnya.

Total bobot yang diberikan secara keseluruhan berjumlah 1.

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

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengcantumkan dan menyebutkan sumber:  
 2. Dilarang menyalin, mendistribusikan, dan menyalin, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, publikasi, dan sebagainya, kecuali untuk keperluan penelitian dan pengajaran.  
 3. Dilarang menguraikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Himpunan Ahli KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian





- Dalam pemberian peringkat, 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan utama

Skor adalah hasil perkalian dari bobot dan peringkat.

(C)

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

Tabel 2.2 diatas mengindikasikan bahwa Risrus Sport memiliki total skor tertinggi sebesar 3,6 yang unggul dalam kualitas produk dan keragaman produk. Sedangkan untuk Con Jersey memiliki total skor yaitu 3,5 yang lebih unggul dibandingkan Jersey Kiosk dan Soccer 7 Jersey yaitu 3,0.

Tabel diatas menunjukkan layanan, promosi, keragaman produk, kualitas produk, kondisi keuangan, lokasi dan persaingan harga menjadi faktor penentu keberhasilan pada *Competitive Profil Matrix* karena merupakan hal penting yang perlu diperhatikan dalam *Con Jersey* dan perusahaan sejenisnya. Pertama layanan menjadi terpenting karena seperti kita ketahui bahwa toko yang menjual pakaian olahraga sangatlah banyak tetapi yang memberikan pelayanan dengan baik sangatlah jarang. Layanan itu sendiri berdampak langsung pada eksistensi sebuah toko pakaian olahraga. Jika toko pakaian olahraga tidak melayani konsumen dengan baik, maka kemungkinan besar akan menjadi buruk di mata konsumen dan akan menurunkan loyalitas dari konsumen itu sendiri. Layanan *Con Jersey* memiliki total skor yang sama apabila dibandingkan dengan Risrus Sport. *Con Jersey* memberikan layanan yaitu selain pakaian olahraga, *Con Jersey* juga bisa sebagai vendor dalam membuat kaos sesuai dengan pesanan atau kemauan konsumen.

*Con Jersey* dan Risrus Sport unggul dibandingkan dengan Jersey Kiosk dan Soccer 7 Jersey.

Promosi adalah cara memberitahukan atau menawarkan produk Con Jersey kepada



konsumen dengan tujuan untuk menarik calon konsumen untuk membeli produk tersebut. *Con Jersey* memiliki peringkat yang sama dibandingkan dengan Risrus Sport serta lebih unggul dibandingkan Jersey Kiosk maupun Soccer 7 Jersey. *Con Jersey* melakukan promosi melalui brosur, memasang iklan di media sosial seperti facebook, twitter, instagram & kaskus, promosi ke tempat yang mengadakan acara *sport*, serta memberikan voucher berupa potongan harga di awal pembukaan toko ke sekolah-sekolah serta jalanan yang banyak dilalui orang, juga tetap memberikan potongan harga khusus apabila menjadi member *Con Jersey*.

Keragaman produk yang dimaksudkan adalah banyaknya pilihan produk yang ditawarkan kepada calon konsumen. *Con Jersey* memiliki keragaman produk yang sama dengan Jersey Kiosk serta lebih bervariasi dibandingkan Soccer 7 Jersey. Keragaman produk yang dimiliki *Con Jersey* mencakup layanan yang cukup bervariasi, Jersey Kiosk memiliki variasi produk yang lengkap namun berfokus pada jersey. Soccer 7 Jersey walaupun memiliki produk namun tidak cukup bervariasi. Namun jika dibandingkan dengan Risrus Sport, keragaman produk *Con Jersey* memiliki peringkat yang lebih rendah. Risrus Sport memiliki variasi produk yang cukup lengkap mencakup produk pakaian olahraga.

Kualitas produk juga menjadi hal yang harus diperhatikan karena menyangkut fungsi dari produk yang ditawarkan, serta kaitannya dengan kesehatan konsumen. Kualitas produk dari *Con Jersey* memiliki peringkat yang lebih rendah dibandingkan dengan Risrus Sport karena produk Risrus Sport adalah produk yang mereka impor langsung dari Thailand dan China. *Con Jersey* memiliki total skor yang sama dibandingkan dengan Jersey Kiosk dan Soccer 7 Jersey.

Kondisi ruangan menjadi penting karena menyangkut *first impression* konsumen ketika



ingin memulai berbelanja. Dekorasi atau tampilan ruangan dan toko yang unik juga menjadi alasan para konsumen untuk berbelanja. *Con Jersey* memiliki peringkat yang sama dibandingkan dengan Risrus Sport, karena tatanan interior design yang dipakai oleh *Con Jersey* berkonsep *sport* dan tatanan ruangan Risrus Sport yang berkonsep *sport* dan simple. *Con Jersey* unggul dibandingkan Jersey Kiosk dan Soccer 7 Jersey karena walaupun Jersey Kiosk memiliki desain yang cukup sport namun kondisi stok barang yang tidak tersusun rapi terkesan berantakan, sedangkan Soccer 7 Jersey memiliki ruangan yang terkesan amat sangat simple dan sempit.

Lokasi juga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dari suatu toko pakaian olahraga. Letak toko yang strategis dapat mempengaruhi tingkat pembelian produk secara tidak langsung. Lokasi *Con Jersey* memiliki peringkat yang sama dengan Risrus Sport, karena lokasi *Con Jersey* yang berada tepat di depan eskalator yang merupakan tempat lalu lalang para konsumen yang sedang berbelanja di Tanah Abang. Lokasi Risrus Sport juga terletak di Tanah Abang yang cukup dilalui banyak orang, dekat dengan pintu masuk keluar utama. Jika dibandingkan dengan Jersey Kiosk dan Soccer 7 Jersey, *Con Jersey* lebih unggul. Karena Kiosk dan Soccer 7 terletak di blok yang hanya dapat diketahui ketika orang mencari secara detail alamat tersebut.

Persaingan harga juga membawa pengaruh pada loyalitas konsumen. Dimana konsumen tidak akan kecewa jika penetapan harga sesuai dengan kualitas produk yang didapat. Begitu pula dengan persaingan harga *Con Jersey* yang relative cukup kuat, hal ini dikarenakan produk *Con Jersey* memiliki harga yang *relative* sama dengan Jersey Kiosk serta lebih murah dibandingkan pesaingnya yaitu Risrus Sport.



Harga yang ditawarkan *Con Jersey* berkisar Rp 90.000 – Rp 205.000. Harga yang ditawarkan Jersey Kiosk yaitu Rp 100.000 – Rp 200.000. Harga yang ditawarkan Risrus Sport yaitu berkisar Rp 90.000 – Rp 230.000. Namun apabila dibandingkan dengan Soccer 7 Jersey, *Con Jersey* memiliki peringkat yang lebih rendah. Soccer 7 Jersey menawarkan harga berkisar Rp 85.000 – Rp 150.000.

Maka dapat dikatakan bahwa Risrus Sport merupakan pesaing terberat *Con Jersey* karena secara keseluruhan Risrus Sport lebih unggul dibanding *Con Jersey* dan pesaing lainnya. Karena nilai total yang dimiliki oleh Risrus Sport merupakan yang paling besar.

Dalam memilih strategi yang diterapkan perusahaan maka perusahaan harus melakukan penilaian SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) dan analisis dahulu. Analisa SWOT berguna untuk menganalisa faktor-faktor didalam organisasi yang memberikan andil terhadap kualitas pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal. Berikut ini adalah analisis SWOT *Con Jersey* :

#### 1. Strengths

##### a. Lokasi yang strategis

Letak *Con Jersey* yang strategis dapat menjadi kekuatan karena berada di kawasan Pusat Grosir Tanah Abang tepatnya di depan eskalator yang merupakan tempat lalu lalang orang yang naik turun sehingga akan sangat memiliki potensi bagi para konsumen untuk membeli pakaian olahraga di *Con Jersey*. Dengan begitu tingginya jumlah pengunjung yang datang ke kawasan Pusat Grosir Tanah Abang, maka peluang *Con Jersey* untuk mendapatkan pembelian produk yang besar pun meningkat.



b. Layanan yang memuaskan, ramah, cepat, dan tanggap

**C** Layanan yang memuaskan, ramah, cepat dan tanggap akan kebutuhan konsumen pun menjadi kekuatan perusahaan karena dapat meningkatkan minat dan loyalitas masyarakat terhadap *Con Jersey*. Hal ini dapat disebabkan oleh perilaku setiap orang yang akan menjadi loyal ketika merasa puas akan sebuah layanan.

c. Dekorasi ruangan yang unik dan nyaman

Dekorasi ruangan bernuansa sport akan menjadi kekuatan *Con Jersey* karena dapat menarik perhatian konsumen dan dapat mempertahankan konsumen yang sudah pernah datang ke *Con Jersey*.

d. Promosi yang menarik

Promosi yang digunakan mulai dari pemberian voucher di sekolah-sekolah, universitas, jalanan yang dilalui banyak orang serta tempat yang banyak dikunjungi banyak orang. Pemberian jersey bagi member baru dan bagi member yang berulang tahun. Iklan yang digunakan di media sosial, penggunaan brosur dan spanduk.

e. Layanan produk yang unik

Layanan produk tidak hanya yang terdapat di toko saja melainkan *Con Jersey* juga sebagai vendor dalam pembuatan kaos yang didesign sendiri oleh konsumen serta sesuai dengan kemauan konsumen dimana layanan ini tidak terdapat pada toko pesaing.

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.



## 2. Weakness

### a. Kurang pengalaman dalam bisnis

*Con Jersey* merupakan perusahaan pakaian olahraga yang selama ini hanya bergerak di dunia online saja sehingga masih kurang berpengalaman di dunia offline.

### b. Belum memiliki *brand awareness*

*Con Jersey* belum dikenal secara luas karena masih tergolong perusahaan yang hanya bergerak di dunia online sehingga promosi yang dilakukan lebih gencar.

### c. Belum terciptanya *Customer Loyalty*

*Customer Loyalty* merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan suatu bisnis. Apabila konsumen yang baru pertama kali membeli produk merasa tidak puas, dapat dipastikan konsumen tersebut tidak akan kembali lagi. Namun dengan adanya loyalitas konsumen, dapat dipastikan konsumen tersebut akan kembali lagi karena merasa puas dan nyaman dengan produk yang mereka gunakan.

## 3. Opportunities

### a. Masyarakat yang gencar akan budaya kesehatan

Selain untuk kesehatan, di lain sisi masyarakat juga menganggap olahraga sebagai suatu hobi yang menyehatkan. Untuk memperoleh kesehatan, semua orang tentu memerlukan pakaian olahraga yang mendukung kegiatan olahraganya tersebut. *Con Jersey* menjadi pilihan bagi konsumen. Lalu dengan adanya pola pikir masyarakat yang menganggap olahraga menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari sehingga perlu melakukan olahraga secara rutin menjadi kesempatan bagi *Con Jersey* sebagai

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.



perusahaan yang bergerak di kesehatan dalam bentuk pakaian olahraga.

b. **Pertumbuhan penduduk yang meningkat setiap tahun**

Peningkatan jumlah penduduk dari tahun ke tahun menyebabkan peningkatan kebutuhan konsumsi masyarakat. Hal ini akan berpengaruh dan menjadi kesempatan bagi industri dimana perusahaan bergerak.

c. **Masyarakat mulai memperhatikan kesehatan tubuh**

Masyarakat yang mulai memperhatikan kesehatan tubuh dalam aktivitas yang padat menjadi peluang bagi *Con Jersey*, karena disediakan produk olahraga dalam mendukung kegiatan olahraga yang dilakukan.

4. **Threats**

a. **Pesaing lama yang sudah eksis**

Nama besar perusahaan yang terlebih dahulu ada dan telah memiliki pelanggan yang loyal dapat menjadi ancaman karena memiliki pasar yang sama dengan pesaing.

b. **Persaingan harga tinggi di pasar**

Persaingan harga dengan pesaing memungkinkan menurunnya penggunaan produk dari *Con Jersey*. Hal ini dapat disebabkan oleh pasar yang lebih memilih perusahaan lama yang sudah mereka kenal dan percaya.

c. **Potensi masuknya pesaing baru**

Masuknya pesaing baru dengan kekuatan dana yang lebih besar, strategi yang lebih jitu, tenaga kerja dan manajemen yang lebih profesional dapat menyebabkan intensitas persaingan antar perusahaan akan meningkat. Sehingga lama kelamaan pasar lama

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



kelamaan pasar lama kelamaan akan beralih ke pesaing baru tersebut.

d. Daya tawar konsumen

Konsumen tidak akan berpikir panjang untuk berpindah ke penawaran produk lain apabila dirasa tidak adanya differensiasi produk maupun jasa. Untuk mempertahankan Konsumen, *Con Jersey* memerlukan adanya differensiasi produk maupun jasa yang membuat konsumen tidak akan beralih ke penawaran lain.

e. Kondisi perekonomian yang memburuk

Krisis keuangan global yang berdampak buruk menyebabkan beberapa perusahaan harus melaksanakan penghematan untuk menyeimbangkan pemasukan mereka. *Con Jersey* memerlukan strategi dimana konsumen akan tetap menggunakan produk *Con Jersey* walaupun kondisi perekonomian sedang memburuk.

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

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 2.4**  
**Con Jersey**  
**Matrix SWOT**

<p><b>Strengths (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi yang strategis</li> <li>2. Layanan yang memuaskan, ramah, cepat dan tanggap</li> <li>3. Dekorasi ruangan yang unik dan nyaman</li> <li>4. Promosi yang menarik</li> <li>5. Layanan produk yang unik</li> </ol>		<p><b>Weakness (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurang berpengalaman dalam bisnis</li> <li>2. Belum memiliki brand awareness</li> <li>3. Belum terciptanya Customer Loyalty</li> </ol>
<p><b>Opportunities (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masyarakat yang gemar akan kesehatan tubuh</li> <li>2. Pertumbuhan penduduk yang meningkat setiap tahun</li> <li>3. Masyarakat yang mulai memperhatikan kesehatan tubuh</li> </ol>	<p><b>S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Con Jersey sebagai vendor dalam pembuatan kaos sesuai dengan kemauan konsumen (S5-O1)</li> <li>2. Membuat promosi yang menarik dengan menggunakan artis sebagai model pakaian olahraga (S4-O1)</li> <li>3. Menggunakan dekorasi yang berkonsep sporty (S3-O3)</li> </ol>	<p><b>W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi dengan menggunakan media internet (W2-O2)</li> <li>2. Mengembangkan tenaga kerja profesional (W1-O2)</li> </ol>
<p><b>Threats (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pesaing lama yang sudah eksis</li> <li>2. Persaingan harga tinggi di pasar</li> <li>3. Potensi masuknya pesaing baru</li> <li>4. Daya tawar konsumen</li> <li>5. Kondisi ekonomi memburuk</li> </ol>	<p><b>S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan inovasi terus menerus terhadap bentuk promosi yang dilakukan (S2-T1)</li> <li>2. Menyediakan sistem pendaftaran untuk menjadi member Con Jersey (S4-T4)</li> <li>3. Melakukan inovasi terhadap produk dan memperbanyak variasi produk secara terus menerus (S5-T3)</li> </ol>	<p><b>W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penetapan harga yang sedikit lebih rendah dari pesaing. (W3-T2)</li> <li>2. Memberikan potongan harga pada saat menjadi member Con Jersey (W3-T2,T5)</li> <li>3. Menciptakan program undian berhadiah menarik (W3-T1)</li> </ol>

Sumber: Hasil Olahan 2013

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau mengubahnya tanpa izin dari penerbit.

2. Dilarang memperbanyak atau menyalin, mendistribusikan, mempromosikan, atau menjual kembali, dengan cara apapun, tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Penerapan strategi SWOT di atas dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Strategi SO

- a. Mendirikan toko pakaian olahraga yang tidak hanya menjual produk tetapi juga sebagai vendor dalam membuat pembuatan pakaian olahraga yang didesign sesuai dengan kemauan customer. Dikarenakan *Con Jersey* harus melakukan analisis terlebih dahulu pada usaha vendor serta dilakukan pengembalian modal terlebih dahulu pada bisnis pakaian olahraga, yang kemudian uangnya dapat digunakan untuk membangun vendor di samping pakaian olahraga. Lokasi *Con Jersey* yang terletak di daerah Pusat Grosir Tanah Abang tepatnya di depan eskalator yang merupakan tempat lalu lalang orang yang naik turun sehingga akan sangat memiliki potensi bagi para konsumen untuk membeli pakaian olahraga di *Con Jersey*. Dengan begitu tingginya jumlah pengunjung yang datang ke kawasan Pusat Grosir Tanah Abang, maka peluang *Con Jersey* untuk mendapatkan pembelian produk yang besar pun meningkat. Pesaing *Con Jersey* rata-rata berada di tempat yang kurang strategis sehingga tidak banyak diketahui orang.
- b. Membuat promosi dengan menggunakan model artis dan yang sesuai dengan trend saat ini. Misalkan saat ini sedang booming Mongol artis *stand up comedy*, maka *Con Jersey* akan menggunakan model artis (brosur, media sosial) yang cukup terkenal diharapkan dapat menarik hati banyak orang untuk mengunjungi *Con Jersey*.
- c. Menggunakan dekorasi berkonsep *sporty* yang membuat orang merasa tertarik ketika pertama kali melihat kondisi ruangan toko *Con Jersey* menjadi salah satu kekuatan perusahaan. Karena banyak toko yang kurang memperhatikan dekorasi ruangan.

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



## 2. Strategi WO

- a. Semakin berkembangnya teknologi, maka *Con Jersey* menggunakan media sosial di internet untuk mempromosikan setiap produk pakaian olahraga yang terdapat di *Con Jersey*.
- b. Dengan meningkatnya penduduk tiap tahunnya, maka akan meningkatkan jumlah tenaga kerja yang dapat direkrut untuk menutupi kelemahan *Con Jersey* yang tidak mengalami pengalaman di bidang bisnis. Motivasi kerja juga diberikan seperti peningkatan secara berkala dan bonus kerja.

## 3. Strategi ST

- a. Dengan melakukan inovasi terhadap promosi secara terus menerus, *Con Jersey* dapat memberikan nilai lebih jika dibandingkan dengan pesaingnya yang sudah lama bergerak di bidang tersebut.
- b. Sebagai vendor dalam pembuatan pakaian olahraga yang didesign sesuai dengan kemauan customer adalah salah satu bentuk upaya strategi dalam mendiferensiasikan layanan produk *Con Jersey* dengan layanan toko lain. Toko lain biasanya hanya menjual produk yang ada di tokonya saja. Diluar itu, toko lain tidak bisa menjadi vendor dalam pembuatan pakaian olahraga sesuai dengan kemauan customer.
- c. Dengan melakukan inovasi terus menerus terhadap produk dan memperbanyak variasi produk secara terus menerus diharapkan dapat mengatasi ancaman terhadap pesaing baru yang berada dalam industri yang sama. Inovasi dapat dilakukan dengan cara mencari tahu apa yang diinginkan konsumen yaitu dengan *feed back*, komunikasi yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



dilakukan oleh pekerja dengan konsumen.



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

#### 4. Strategi WT

- a. Strategi yang digunakan untuk mengatasi kelemahan *Con Jersey* yang masih baru berdiri dengan cara memberikan penetapan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing-pesaing yang sudah lama bergerak dibidang pakaian olahraga dan memberikan keunggulan dalam hal persaingan harga.
- b. Memberikan potongan harga. *Con Jersey* akan memberikan potongan harga pada saat menjadi member, selain itu *Con Jersey* juga memberikan jersey secara gratis yang telah ditentukan oleh *Con Jersey* kepada customer. Hal ini dapat memperkecil resiko ancaman sepiunya pelanggan yang disebabkan merosotnya perekonomian yang sedang terjadi.
- c. Menciptakan program undian menarik adalah salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk menciptakan loyalitas konsumen. Hadiah disesuaikan dengan trend yang sedang digemari konsumen. Undian berhadiah dapat berupa tiket konser artis terkemuka internasional, tiket nonton bioskop serta jersey gratis.

#### D. Segmentasi Pasar

Pasar terdiri dari banyak pembeli, dan pembeli berbeda dalam banyak hal baik dalam keinginan, sumber daya, lokasi, motif, perilaku, maupun kebiasaan pembelian. Karena masing-masing memiliki kebutuhan dan keinginan yang unik, perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pasar suatu produk tidak homogeny tetapi heterogen. Hal inilah



yang mendorong perusahaan melakukan segmentasi pasar. Dalam bisnis tidak mungkin dapat melayani seluruh pasar dengan karakteristik yang berbeda-beda tersebut. Karena itu segmentasi menjadi sangat penting dalam suatu usaha untuk dapat menentukan target pasar yang akan dimasuki oleh suatu usaha tersebut.

Menurut Philip 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.

Pasar, khususnya pasar konsumen dapat disegmentasi berdasarkan empat kelompok besar variable, yaitu: variable geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Pemasar harus menggunakan kombinasi dari keempat variable tersebut untuk memperoleh cara segmentasi yang terbaik.

### Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis (*geographic segmentation*) adalah tindakan pembagian pasar ke dalam unit-unit geografis yang berbeda seperti Negara, Negara bagian atau provinsi, kabupaten, kota, atau wilayah lainnya. Alasan yang mendasari pembagian pasar berdasarkan wilayah geografis ini adalah bahwa orang-orang yang hidup di satu wilayah memiliki kebutuhan atau keinginan yang hampir sama dan kebutuhan atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



berbeda dengan yang dimiliki oleh orang-orang dari wilayah geografis lainnya.

Berdasarkan segmentasi geografis, segmen yang dituju oleh *Con Jersey* adalah konsumen yang bertempat tinggal di seluruh daerah di Jakarta bahkan juga dari luar daerah. Daerah Tanah Abang sendiri dapat dikatakan sebuah pusat grosir yang berada di Jakarta Pusat yang telah berkembang cukup pesat, dilihat dari banyaknya fasilitas-fasilitas yang terdapat disana. Contohnya saja bangunan ruko yang mencapai sekitar 3500 bangunan. Mall yang terdapat di Jakarta Pusat juga terhitung lebih dari 1, yaitu Plaza Indonesia, Atrium Senen, Plaza Senayan, Senayan City, dan Menteng Plaza. Selain itu juga adanya sekolah-sekolah swasta maupu universitas, rumah sakit dan tempat pelayanan kesehatan yang memiliki peralatan cukup lengkap, apartment-apartment serta perumahan yang sangat banyak, tempat makan yang tersebar di berbagai kawasan Jakarta Pusat dan banyaknya transportasi yang menunjang. Hal tersebut membuat masyarakat Jakarta pun banyak yang bertempat tinggal atau menghabiskan waktu weekend nya di kawasan Jakarta Pusat. Dengan tingginya jumlah pengunjung yang datang ke kawasan Jakarta Pusat, maka peluang *Con Jersey* untuk mendapatkan orderan yang besar pun meningkat.

## 2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis (*demographic segmentation*) adalah pembagian pasar ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan variabel demografis seperti umur, jenis kelamin, status perkawinan, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, dan kebangsaan. Segmentasi pasar berdasar variabel demografis paling cocok menggambarkan kebutuhan, dan tingkat pemakaian.

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



Faktor demografis selalu disertakan karena informasi demografi adalah informasi yang mudah dijangkau dan *relative* lebih murah untuk mengidentifikasi target pasar. Selain itu, informasi demografi juga memberikan insight tentang trend yang sedang terjadi. Meski tidak dapat untuk meramalkan perilaku konsumen, demografi dapat digunakan untuk melihat perubahan permintaan aneka produk. Demografi juga dapat digunakan untuk mengevaluasi kampanye-kampanye pemasaran.

Berdasarkan faktor demografis ini Con Jersey membagi pasar berdasarkan variabel usia dan pendapatan. Berdasarkan usia Con Jersey ditujukan untuk usia berkisar antara 15-60 tahun. Berdasarkan pendapatan Con Jersey berfokus kepada konsumen yang memiliki penghasilan Rp 2.500.000,00/bulan keatas. Penghasilan tersebut dapat berasal dari uang yang diberikan orang tua untuk konsumen yang belum bekerja atau dari gaji/pendapatan bagi yang telah bekerja.

### 3) Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis (*psychographic segmentation*) adalah pembagian pasar ke dalam kelompok-kelompok berbeda berdasar kelas sosial, gaya hidup, atau karakteristik kepribadian. Variabel segmentasi ini biasanya dikombinasikan dengan variabel demografis karena seringkali terjadi orang-orang yang berada pada satu kelompok demografis memiliki ciri atau karakteristik psikografis yang berbeda. Karena itu, dalam memilih segmen pasarnya, pemasar mengkombinasikan variabel demografis dan psikografis untuk merancang strategi yang tepat.

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



Antara masyarakat perkotaan dan masyarakat pedesaan memiliki gaya hidup yang berbeda. Masalah gaya hidup masyarakat di suatu daerah juga merupakan salah satu faktor penentuan segmentasi pasar berdasarkan gaya hidup. Realitas seperti itu dapat dijadikan sebagai peluang bisnis karena segala penampilan dan gaya hidup merupakan suatu hal yang terkait dengan komoditas. Seperti halnya gaya hidup kebanyakan masyarakat di perkotaan padat penduduk dan memiliki perkembangan pesat seperti daerah ibu kota Jakarta yang masyarakatnya sangat mementingkan akan kesehatan tubuh mereka tentunya dengan berolahraga. Komoditas berupa toko pakaian olahraga yang terkait dengan kegiatan tersebut merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan.

Kelas sosial dari *Con Jersey* adalah semua kelas sosial. Disini tidak mengenal kelas sosial atas, menengah dan bawah karena semua orang berhak melakukan kegiatan berolahraga yang berpengaruh untuk kesehatan tubuh mereka. Diluar itu mereka juga menjadikan olahraga sebagai salah satu hobi yang menyehatkan.

#### 4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku (*behavioral segmentation*) membagi pembeli ke sejumlah kelompok berdasarkan manfaat, pengetahuan, sikap, penggunaan atau tanggapan customer terhadap suatu produk/jasa.

Berdasarkan segmentasi perilaku ini *Con Jersey* mengelompokkan konsumen berdasarkan manfaat yaitu kualitas dan pengalaman produk/jasa yang berbeda, serta segmen masyarakat yang mulai mengarah kepada kesehatan serta kebugaran tubuh yang alami sehingga ini menjadi peluang bagi *Con Jersey* yang menawarkan pakaian olahraga.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



### E. Ramalan Industri dan Pasar

Target pasar yang akan dituju oleh *Con Jersey* adalah penduduk yang tinggal di daerah Jakarta. Namun terdapat peluang juga pengunjung dari luar Jakarta, hal ini disebabkan karena kawasan ini sudah mulai berkembang menjadi pusat kuliner dan pusat *hang out*(hiburan).

Perkembangan toko pakaian olahraga sekarang ini di daerah pusat grosir Tanah Abang semakin berkembang dengan pesat. Banyak toko pakaian olahraga dengan berbagai macam konsep atau ide-ide yang ditawarkan untuk memikat pelanggan baik dari kalangan muda maupun kalangan orang tua, dari segi ekonomi bawah hingga ekonomi atas.

Peramalan pasar menurut Kotler (2009:124), adalah permintaan pasar yang berkorespondensi dengan tingakat pengeluaran pemasaran industri yang sebenarnya akan terjadi. Peramalan pasar memperlihatkan permintaan pasar yang diduga bukan permintaan pasar maksimum.



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 2.5

Proyeksi Penduduk DKI Jakarta Berdasarkan Usia

Tahun 2010-2015 (\*1000)

Usia	2010	2011	2012	2013	2014	2015
15-19	802.5	778.4	748.8	712.8	671.6	624.0
20-24	726.9	752.3	779.8	809.3	841.7	875.0
25-29	1,009.8	944.9	885.0	831.5	791.3	770.4
30-34	1,063.2	1,040.2	1,020.2	1,001.5	982.0	951.6
35-39	873.5	897.8	919.1	934.4	940.8	939.3
40-44	664.6	689.6	714.9	740.1	763.3	783.0
45-49	517.8	534.2	551.3	569.5	588.7	608.3
50-54	414.7	427.8	439.8	452.9	464.8	478.7
55-59	313.4	327.0	341.2	355.4	368.5	381.5
60-64	220.0	232.1	244.3	257.5	269.7	282.3
65-69	149.1	156.7	164.8	172.8	182.0	192.4
<b>Total</b>	<b>6755.5</b>	<b>6882.7</b>	<b>6809.2</b>	<b>6837.7</b>	<b>6864.4</b>	<b>6886.5</b>

Sumber: [http://www.datastatistik-indonesia.com/proyeksi/index.php?option=com\\_proyeksi&task=show&Itemid=941](http://www.datastatistik-indonesia.com/proyeksi/index.php?option=com_proyeksi&task=show&Itemid=941)

Tabel 2.4 menunjukkan bahwa adanya pertumbuhan penduduk dari tahun ke tahun yang semakin bertambah, sehingga target pasar yang berusia 17-70 tahun di Jakarta juga akan semakin meningkat. Dengan bertambahnya pasar, maka permintaan diharapkan juga akan semakin besar.

Disinilah peluang untuk pengusaha memasuki dunia bisnis kesehatan yang merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. Hak Cipta Milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie).  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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.