



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.

### BAB III

## ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Dalam menjalankan bisnis tentunya kita harus menganalisis industri dan juga pesaing dalam usaha yang ingin dijalankan agar mengetahui lingkungan bisnis. Lingkungan bisnis bersifat dinamis dan selalu berubah akibat perkembangan teknologi yang semakin berkembang. Oleh karena itu pengamatan dan penelitian terhadap kondisi perusahaan, pasar dan pesaing perlu dilakukan. Analisis industri dan pesaing Fartwork Studio akan dibahas pada bab ini.

### 1.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Menganalisis trend dan pertumbuhan industri tentunya sangat penting bagi seorang pebisnis untuk melihat kelayakan suatu bisnis tersebut. Fartwork Studio adalah bisnis yang bergerak di bidang jasa desain grafis yang merupakan salah satu industri kreatif. Bisnis jasa desain grafis merupakan bisnis yang sedang meningkat di era yang serba digital ini karena pada saat ini orang-orang yang menjalankan usaha tentunya akan memasarkan produknya ke media sosial agar banyak konsumen yang mengetahui produk tersebut. Dalam memposting juga desain menjadi hal yang sangat penting karena desain yang bagus akan menjadi langkah awal untuk menarik minat pembeli.

Ada beberapa alasan masyarakat memilih menggunakan jasa desain grafis untuk meningkatkan branding usahanya:

- 1) Mendapatkan visual yang baik

Visual yang baik dalam suatu produk itu sangat penting karena menjadi



gerbang awal untuk menarik minat pelanggan sebelum merasakan produk kita pasti pelanggan akan terlebih dahulu melihat tampilan produk yang kita tawarkan. Dengan adanya desain grafis akan membuat tampilan produk yang ditawarkan akan lebih menarik. Desain grafis layaknya seperti memakaikan pakaian terbaik pada branding perusahaan, sebelum nantinya diluncurkan dan bertemu banyak pelanggan. Visual yang baik juga berpengaruh kepada *image* perusahaan yang baik juga maka dari itu banyak perusahaan yang menggunakan jasa desain grafis untuk mengelola media sosial perusahaan tersebut agar memiliki visual yang baik.

**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**

2) Penyampaian pesan yang lebih efektif

Dalam sebuah branding produk tentunya ada informasi mengenai produk yang akan dipasarkan akan tetapi dalam penyampaian informasi tersebut harus dikemas ringkas mungkin agar pelanggan juga memahami maksud dari informasi tersebut. Dalam penyampaian pesan dalam sebuah tidak harus selalu menggunakan kata-kata tapi bisa dengan warna, gambar dan tampilannya.

3) Memiliki referensi yang luas

Membuat suatu branding dalam produk tidaklah mudah karena harus memiliki keahlian dalam bidang desain grafis. Dengan adanya jasa desain grafis pemilik usaha tidak harus bingung dalam membuat desain produk dan lain-lain. Karena sudah memiliki pengalaman dalam hal tersebut tentunya pihak pemberi jasa akan memberikan banyak referensi untuk konsumennya agar dapat mudah menentukan ingin desain seperti apa.

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.

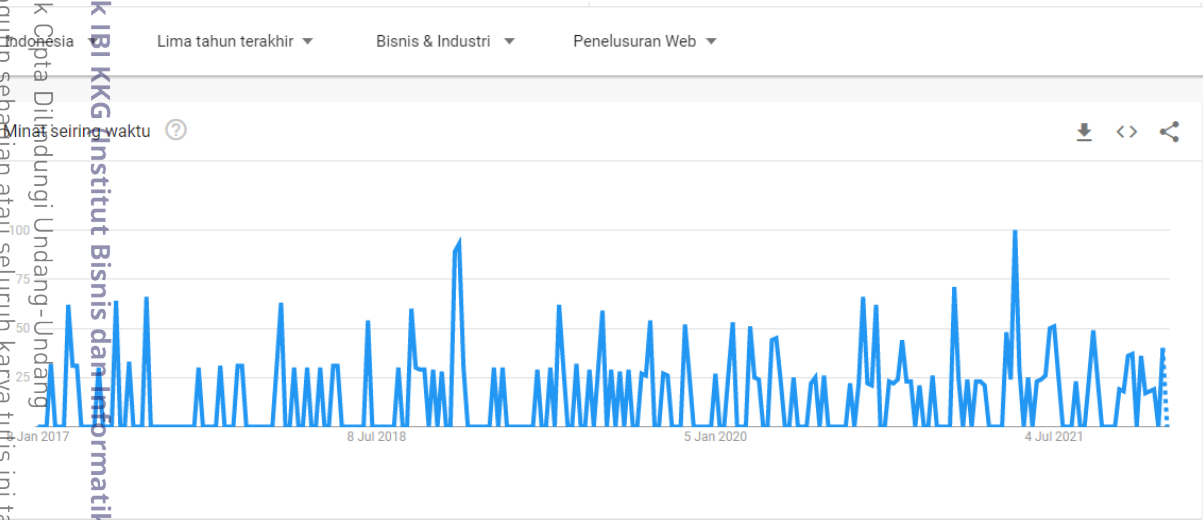
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



**Gambar 3. 1**

**Trend Jasa Desain Grafis**



Sumber: <https://trends.google.co.id>

Pada tabel 3.1 dapat dilihat bahwa trend jasa desain grafis mengalami peningkatan yang cukup baik dari tahun 2017-2021. Seiring berkembangnya zaman tentunya tren jasa desain grafis ini akan semakin meningkat di tiap tahunnya maka dari itu usaha jasa desain grafis ini memiliki peluang yang cukup baik untuk dijalankan.

### 1.2 Analisis Pesaing

Dalam menjalankan suatu bisnis, adanya pesaing adalah hal yang wajar justru dengan adanya pesaing pemilik usaha bisa menganalisa apa saja kekurangannya agar produknya menjadi lebih baik daripada pesaingnya. Menurut Fred R. David and Forest R. David (2016:227) bagian penting dari audit eksternal adalah mengidentifikasi perusahaan saingan dan menentukan kekuatan, kelemahan, kemampuan, peluang, ancaman, tujuan, dan strategi mereka. George Salk menyatakan, "Jika Anda tidak lebih cepat dari pesaing

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.



Anda, Anda berada dalam posisi lemah, dan jika Anda hanya setengah lebih cepat, Anda terminal." Agar tidak kalah dengan pesaing perusahaan perlu melakukan strategi agar produk mampu bersaing perusahaan harus terus memantau dan mengawasi harga produk, harga, distribusi dan promosi dengan para pesaing nya persaingan terbagi menjadi empat yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1) Persaingan generik

Perusahaan yang menjual produk atau jasa dengan konsumen yang sama.

2) Persaingan bentuk

Pesaing adalah semua produk manufaktur perusahaan yang memberikan jasa atau produk yang sama.

3) Persaingan industri

Pesaing adalah semua perusahaan yang membuat produk atau jasa yang sama.

4) Persaingan merek

Pesaing adalah perusahaan lain yang menawarkan produk atau jasa yang sejenis kepada pelanggan dengan harga yang relatif sama.

Untuk mengatasi pesaing yang ada dalam bisnis perlu dilakukannya analisa persaingan. Analisa persaingan adalah upaya mengidentifikasi ancaman, kesempatan atau permasalahan strategi yang terjadi akibat perubahan persaingan potensial serta kekuatan dan kelemahan pesaing. Analisa berfungsi untuk menentukan produk yang tepat sasaran dan membuat peta persaingan yang ada sekarang dan dimasa yang akan datang. Dalam menentukan analisa pesaing, berikut adalah langkah-langkah yang perlu dilakukan:

1) Menentukan sasaran pesaing

bertujuan untuk mengetahui arah gerak perusahaan dalam memperlambat gerak pesaing.

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.



## 2) Identifikasi pesaing

Dalam berbisnis tentunya harus bisa bersaing dengan pesaing salah satu caranya adalah menentukan strategi perusahaan dalam memenangkan persaingan. Untuk menentukan strategi tersebut harus mengetahui strategi yang dimiliki oleh pesaing agar bisa menentukan langkah baik untuk menyerang atau bertahan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 3) Analisis kekuatan dan kelemahan pesaing

Identifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing dapat dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

- a) Mencari dan mengumpulkan data tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan sasaran, strategi, dan kinerja pesaing.
- b) Mencari tahu kekuatan dan kelemahan pesaing dalam hal keuangan, sumber daya manusia dan promosi dipasar.
- c) Mengetahui pangsa pasar yang dikuasai pesaing dan tindakan pesaing terhadap pelanggan.

## 4) Mengestimasi pola reaksi pesaing

Perusahaan perlu mengetahui mentalitas pesaing tertentu jika ingin mengantisipasi tindakan atau reaksi pesaing lainnya, karena setiap pesaing akan bereaksi secara berbeda ada yang cepat dan lambat atau bahkan tidak bereaksi sama sekali beberapa pesaing hanya akan bereaksi terhadap serangan tertentu saja dan tidak untuk serangan lainnya, sehingga perusahaan akan dapat meramalkan pola reaksi pesaing.

## 5) Memilih pesaing

Dalam tahap terakhir yaitu dimana perusahaan memilih pesaing yang dihadapi. Dalam upaya memperoleh informasi dari pesaing, tentu memiliki beberapa



langkah untuk memperoleh informasi dari pesaing yaitu:

- a) Melakukan observasi ke perusahaan pesaing  
Dalam langkah ini yang bisa dilakukan oleh pebisnis yaitu menjadi konsumen untuk melihat secara langsung dan mengobservasi pesaing.
- b) Mencoba secara langsung produk dan jasa yang ditawarkan  
Dengan mencoba secara langsung akan lebih mudah untuk kita mengetahui apa saja kekurangan dari produk atau jasa yang ditawarkan.
- c) Melakukan wawancara terhadap pelanggan  
Memberikan beberapa pertanyaan atau kuesioner kepada pelanggan agar mengetahui secara langsung respon dari pelanggan tersebut.
- d) Melakukan wawancara kepada karyawan perusahaan pesaing  
Wawancara disini dapat dilakukan secara tidak langsung seperti berbicara santai dengan karyawan tersebut.
- e) Melihat media promosi pesaing  
Media sosial juga menjadi salah satu faktor keberhasilan dalam sebuah usaha maka dari itu dalam menganalisa pesaing kita juga bisa melihat dari media sosial pesaing tersebut bagaimana cara mereka mengelola media sosialnya. Berikut ini merupakan pesaing-pesaing Fartwork Studio:

**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) Zannoism

Jenis Produk : Jasa Desain Grafis  
Alamat Kantor : Perumahan Pejuang Jaya, Jl. Cendrawasih XII No. 164-165,  
RT.005/RW.015, Pejuang, Kecamatan Medan Satria, Kota  
Bekasi, Jawa Barat 17131.  
Tahun Pendirian : 2012  
Telephone : 085735851428

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.



Email : [zannoism@gmail.com](mailto:zannoism@gmail.com)

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

(2) ApriDesain

Jenis Produk : Jasa Desain Grafis

Alamat Kantor : Perumahan Vila Gading Harapan 5 Blok J6 No 28, Satria  
Mekar, Kec. Tambun Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat  
17510.

Tahun Pendirian : 2015

Telephone : 082299181930

Email : [hai@apridesain.id](mailto:hai@apridesain.id)

Berikut ini merupakan table penyajian keunggulan dan kelemahan pesaing dari Fartwork Studio yang dapat dilihat pada Tabel 3.1

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.



**Tabel 3. 1**

**Pebandingan Pesaing**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
<b>Zannoism</b>	1. Telah membantu 5.000 lebih klien jasa desain grafis di Jakarta, Bekasi, Bali, Bandung, Semarang, Jogja, dan Surabaya.	1. Kantor usaha belum cukup nyaman untuk pelanggan yang datang secara offline.
	2. Banyak pilihan jasa desain.	2. Lokasi kantor usaha yang tidak di tengah kota sehingga sedikit sulit untuk mencapai lokasi
	3. Sudah banyak bekerja sama dengan perusahaan ternama seperti Mandiri, BRI, PT.KAI dan masih banyak lagi.	3. Harga relatif mahal
<b>ApriDesain</b>	1. Memiliki rekan tim yang menguasai masing-masing bidang disana.	1. Pilihan jasa desain masih terbilang sedikit
	2. Rekan tim yang sudah didasari dari Pendidikan formal, Hobi, dan fokus sehingga menjadi pondasi yang kokoh	2. Hasil karya desain yang masih sedikit.
	3. Harga relatif murah.	

Sumber : Fartwork Studio

**3 Analisis PESTEL (Political, Economy, Social, Technology, Environment, dan Legal)**

Analisis PESTEL merupakan analisis eksternal yang berada di luar perusahaan yang menjadi peluang agar perusahaan tersebut dapat berkembang dan juga dapat menjadi ancaman bagi jalannya bisnis, karena dengan melakukan analisis PESTEL perusahaan dapat mengetahui segala risiko dan juga potensi suatu bisnis yang terkait dengan lingkungan eksternal. Analisis PESTEL terdiri dari *Political, Economic, Social, Technology, Environment, Legal, Law, Regulation*. Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap Fartwork Studio yang dilakukan oleh penulis:

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





Tabel 3. 2

Identifikasi PESTEL

No	Political	Economic	Social	Technology	Environment	Legal, Law, Regulation
1	Subsektor Ekonomi Kreatif	Produk Domestic Bruto	Era Digital	Software & Hardware	Lokasi Usaha	Surat Izin mendirikan usaha
2	Undang-undang				Desain Interior	NPWP
3						Sertifikat

Sumber: Fartwork Studio

a. *Politic* (politik)

Di era pemerintahan saat ini khususnya dalam Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sedang gencar-gencarnya ingin memajukan industri kreatif. Terbukti bahwa KEMENPAREKRAF sedang memajukan 16 Sub Sektor Ekonomi Kreatif diantaranya ada sektor desain grafis atau biasa disebut desain komunikasi visual

(Sumber: Kompas.com (2021), 17 Subsektor Ekonomi Kreatif Indonesia <https://money.kompas.com/read/2021/09/18/150044626/pahami-17-subsektor-ekonomi-kreatif-indonesia-beserta-contohnya?page=all>).

Pemerintah telah mengakomodasi dan mengamankan upaya pengembangan ekonomi kreatif dan ekonomi digital melalui sejumlah kebijakan atau peraturan. Salah satunya, melalui UU No. 11/2020 tentang cipta kerja dengan turunannya berupa PP 7/2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan UMKM melalui penguatan inkubator wirausaha

(Sumber: Ekonomi.bisnis.com (2021), Industri Kreatif bisa jadi Penopang Pertumbuhan Ekonomi Nasional <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210309/9/1365918/industri-kreatif-bisa-jadi-penopang-pertumbuhan-ekonomi-nasional>).

© Hak cipta dan hak milik oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pemerintah juga sudah fokus untuk mengembangkan industry kreatif. Dengan beberapa aturan pemerintah yang dikeluarkan melalui undang-undang itu sangat membantu sektor industry kreatif untuk lebih berkembang. Hal tersebut akan menjadi peluang yang cukup baik untuk para pebisnis di bidang jasa desain grafis.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**b. Economy (Ekonomi)**

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018, subsektor ekonomi kreatif memiliki kontribusi terhadap perekonomian nasional dengan menyumbangkan 7,44% terhadap produk domestic bruto (PDB), 14,28% tenaga kerja, dan 13,77% ekspor. Lalu ada sekita 8,2 juta usaha kreatif di Indonesia yang didominasi oleh usaha kuliner, fesyen, dan kriya. Dengan begitu, 3 subsektor ini juga memiliki kontribusi terbesar terhadap, PDB ekonomi kreatif. Selain itu, ada 4 sub sektor dengan pertumbuhan tercepat yaitu TV dan Radio, Film, Animasi, dan Video, Seni Pertunjukan, dan Desain Komunikasi Visual.

(Sumber: Ekonomi.bisnis.com (2021), Industri Kreatif bisa jadi Penopang Pertumbuhan Ekonomi Nasional

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210309/9/1365918/industri-kreatif-bisa-jadi-penopang-pertumbuhan-ekonomi-nasional.>)

Melihat angka-angka peluang tersebut dapat disimpulkan bahwa industry kreatif dalam segi ekonomi telah mengalami perkembangan yang baik untuk kedepannya dan tentunya ini juga menjadi peluang yang cukup baik.

**c. Social (Sosial)**

Pada era digital saat ini pelaku usaha dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman. Dahulu masyarakat sering melakukan kegiatan belanja secara offline namun pada saat ini semua pembelanjaan bisa dilakukan secara online maka dari itu para pelaku usaha dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman ini agar tidak tertinggal. Dalam kegiatan belanja online tentunya hal yang dilihat oleh konsumen pertama kali yaitu desain produk, tampilan yang menarik dari akun media sosial tersebut maka dapat disimpulkan bahwa peran desain grafis untuk para pengusaha sangat penting.

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.

d. *Technology* (Teknologi)

Dengan adanya perkembangan teknologi pada saat ini sangat mempermudah dalam membuat sebuah desain karena semakin banyak perangkat lunak atau perangkat keras. Dalam perangkat lunak juga tersedia dari yang mudah untuk pemula seperti Canva dan PicsArt. Lalu untuk yang sulit seperti Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Premier dan sebagainya. Untuk perangkat keras itu seperti Laptop, Wacom, Ipad Pan, dan sebagainya. Dengan banyaknya teknologi tersedia tentunya ini sangat membantu para desain grafis dalam mendesain sebuah produk dan lain-lain. Maka dari itu para pelaku usaha dituntut untuk menguasai teknologi yang ada. Karena jika pelaku usaha tidak mampu untuk menguasai hal tersebut maka tidak akan mampu dapat bersaing.

Tentunya hal tersebut menjadi peluang yang cukup baik bagi pebisnis jasa desain grafis karena sudah banyak didukung oleh software dan teknologi yang canggih sehingga mempermudah para desainer dalam proses desain. Akan tetapi itu bisa menjadi sebuah ancaman jika tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi ini.

e. *Environment* (Lingkungan)

Dalam usaha jasa desain grafis faktor lingkungan tidak terlalu berdampak pada bidang ini, namun bukan berarti faktor lingkungan tidak penting. Kami juga menyediakan lokasi usaha yang nyaman dan mudah dijangkau jika seorang pelanggan ingin datang langsung untuk berkonsultasi kepada kami. Akan tetapi kami juga menyediakan jasa konsultasi secara online sehingga pelanggan lebih dapat menghemat tenaga dan waktu. Selain itu lingkungan kerja juga sangat berpengaruh kepada kinerja karyawan maka dari itu didalam lingkungan kerja kami berusaha menciptakan suasana kantor yang nyaman dan estetik karena dalam proses mendesain juga diperlukan suasana yang nyaman agar ide-ide kreatif lebih mudah hadir. Lalu dengan mendesain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



lingkungan kerja yang nyaman dan estetik akan menambahkan rasa kepercayaan pelanggan kepada usaha kita.

#### 1.4 Legal (Legalitas)

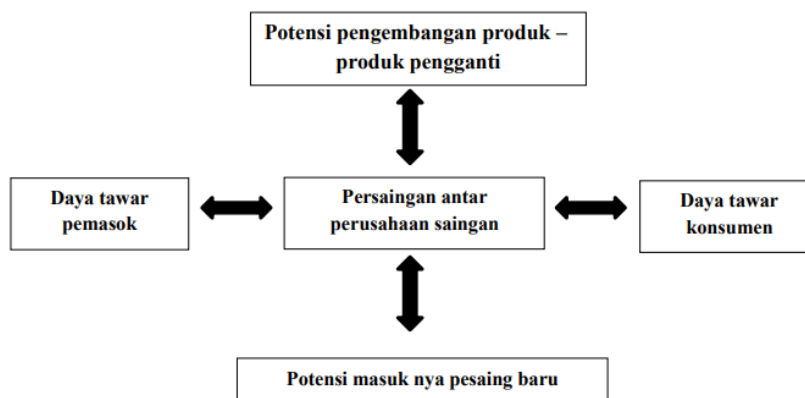
Dalam menjalankan sebuah usaha kita juga harus memperhatikan hukum yang ada karena hukum sangat mempengaruhi jalannya sebuah bisnis. Suatu usaha yang tidak memiliki izin tidaklah bisa beroperasi, namun jika tetap dipaksakan beroperasi akan membahayakan perusahaan karena sulit mendapatkan kepercayaan. Suatu usaha yang tidak mempunyai surat izin yang jelas tidak dapat beroperasi. Maka dari itu surat izin mendirikan usaha, NPWP pemilik usaha, dan sertifikat harus dimiliki Fartwork Studio agar bisnisnya berjalan dengan lancar dan juga tidak lupa mendaftarkan hak cipta merek dagang agar tidak menjadi masalah hukum dikemudian hari.

#### 1.4 Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Pesaing Model Porter (*Porter Five Forces Business Model*)

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2016:229), Analisis persaingan Model Lima Kekuatan Porter adalah pendekatan yang banyak digunakan untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Intensitas persaingan antar perusahaan sangat bervariasi antar industri.

Gambar 3. 2

#### Porter's Five Forces Model (Model Lima Kekuatan Porter)



Sumber: Fred R. David dan Forest R. David (2016:229)



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) Persaingan Antar Perusahaan

Tekanan yang paling besar dari kelima kekuatan adalah persaingan antar perusahaan karena perusahaan-perusahaan dalam sebuah pasar bersaing untuk posisi tertentu dalam usaha mendapatkan keunggulan bersaing. Sebuah perusahaan tentunya akan berlomba-lomba untuk membuat sebuah inovasi baru atau mengembangkan suatu strategi yang unik dan mengubah pasar perusahaan pesaingnya. Maka dari itu sebagai pelaku usaha juga harus selalu *up to date* dengan perkembangan zaman jika tidak maka harus siap menghadapi resiko terlempar keluar dari bisnisnya.

Dalam menjalankan bisnisnya, Fartwork Studio akan bersaing dengan Zannoism dan ApriDesain. Tingkat persaingan ini cukup tinggi karena masing-masing perusahaan memiliki keunggulan dan kekurangannya masing-masing. Zannoism memiliki keunggulan seperti sudah banyak perusahaan besar yang bekerja sama dengan perusahaannya sehingga menambah rasa kepercayaan kepada pelanggan karena sudah menangani perusahaan besar akan tetapi Zannoism juga memiliki kekurangan seperti lokasi usaha yang tidak dipusat kota sehingga lokasi sulit dijangkau oleh pelanggan yang ingin berkonsultasi secara langsung. Sedangkan ApriDesain memiliki keunggulan yaitu karyawan yang ada di ApriDesain memiliki latar pendidikan yang sesuai dengan bidangnya sehingga sudah memiliki *basic skill* dalam bidangnya, tetapi memiliki kekurangan dalam pilihan jasa desain yang relatif sedikit sehingga ada peluang pelanggan pindah ke tempat usaha lainnya. Keunggulan dari Fartwork Studio adalah menyediakan pilihan jasa desain yang cukup banyak dan juga menyediakan jasa konsultasi secara gratis maksimal tiga kali agar lebih maksimal dalam menciptakan desain yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

### © 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.



## 2) Potensi Masuknya Pesaing Baru

Melihat prospek yang sangat bagus bagi industry kreatif kedepannya tentunya akan banyak juga pesaing baru yang akan hadir. Sehingga strategi yang dapat dilakukan oleh penulis adalah dengan menguatkan *brand image* yang baik dimata konsumen dengan cara menghasilkan desain yang memiliki makna bukan hanya sekedar desain tapi ada filosofinya yang pastinya sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga pelanggan tetap loyal terhadap produk.

## 3) Potensi Pengembangan Produk Pengganti

Ancaman produk substitusi atau pengganti itu sangat serius jika produk atau jasa dapat menjadi alternatif lengkap bagi konsumen. Produk pengganti biasanya muncul untuk menjadi pesaing kepada produk utama semisalkan produk utama memiliki harga yang relatif mahal maka produk pengganti ini akan muncul dengan tawaran harga yang relatif murah. Maka dari itu strategi yang digunakan oleh Fartwork Studio adalah memberikan value kepada produk atau jasa agar konsumen merasa biaya yang dikeluarkan sebanding dengan apa yang diterima sehingga konsumen tidak merasa rugi dan juga kita juga akan menjaga hubungan baik dengan konsumen agar tetap loyal menggunakan produk atau jasa kita.

## 4) Daya Tawar Pemasok

Dalam sebuah bisnis pemasok adalah sebuah elemen yang penting karena jika tidak ada pemasok maka sulit bagi pelaku usaha untuk dapat beroperasi. Kita juga harus memiliki pemasok lebih dari satu agar tidak bergantung dengan satu pemasok agar kita juga tidak khawatir jika stok barang di pemasok habis. Menjaga hubungan baik dengan pemasok juga penting agar kita di prioritaskan oleh pemasok .

© 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.



Fartwork Studio memiliki banyak pemasok untuk bahan baku dan juga perlengkapan yang selalu digunakan dalam proses desain produk. Karena banyaknya pesaing dalam bidang ini maka dari itu Fartwork Studio harus memiliki pemasok cadangan, jika pemasok utama bermasalah bisnis Fartwork Studio akan tetap berjalan dengan semestinya.

### 5) Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 5) Daya Tawar Konsumen

Saat ini konsumen sangat teliti dalam hal membandingkan harga dari sebuah produk. Konsumen ingin produk yang diterima sesuai dengan uang yang telah dikeluarkan. Maka dari itu Fartwork Studio sangat mengutamakan kualitas dan jaminan yang ditawarkan dengan harga yang diberikan harus sesuai agar konsumen dapat merasakan value dari produk tersebut.

### 1.5 Analisis Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix (CPM)*)

Menurut Fred R. David and Forest R. David (2016:236), Competitive Profile Matrix (CPM) mengidentifikasi pesaing utama perusahaan dan kekuatan serta kelemahan khususnya dalam kaitannya dengan posisi strategis perusahaan sampel. Bobot dan skor bobot total dalam CPM dan EFE memiliki arti yang sama.

Yang artinya CPM adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasikan para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki. Berikut adalah tabel analisis CPM Fartwork Studio:



Tabel 3. 3

Competitive Profile Matrix (CPM)

Critical Success Factor	Weight	Fartwork Studio		Zannoism		ApriDesain	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Iklan	0,30	2	0,9	4	1,2	4	1,2
Harga	0,25	4	0,75	3	0,75	3	0,75
Variasi Produk	0,20	4	0,6	3	0,6	3	0,6
Kualitas	0,15	4	0,6	4	0,6	4	0,6
Citra Merek	0,10	2	0,3	4	0,4	4	0,3
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>3,15</b>		<b>3,55</b>		<b>3,45</b>

Sumber: Fartwork Studio

Dilihat dari **Tabel 3.3**, menunjukkan bahwa Fartwork Studio memperoleh total nilai terimbang paling rendah, yakni 3,15 yang artinya Fartwork Studio masih dibawah pesaingnya hal tersebut terjadi karena Fartwork Studio masih belum memulai usahanya seperti pesaingnya maka dari itu Fartwork Studio harus mengadakan evaluasi dan memikirkan strategi saat memulai bisnisnya nanti agar dapat bersaing dengan pesaingnya.

#### 1.6 Analisis Strengths, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT) / SWOT

##### Matrix

Menurut Freddy Rangkuti (2016:20) SWOT Matrix adalah “singkatan dari lingkungan internal strengths dan weaknesses serta lingkungan eksternal opportunities dan threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strengths), dan kelemahan (weaknesses)”. Berikut adalah analisis SWOT/Matrix SWOT Fartwork Studio:

- 1) *Strenghts* (Kekuatan)
  - a) Variasi pilihan jasa desain grafis
  - b) Memberikan jasa konsultasi secara gratis

© 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.





- c) Harga yang terbilang masih terjangkau
- d) Pelayanan yang baik
- e) Kualitas desain yang baik

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**2) Weakness (Kelemahan)**

- a) Merek yang belum dikenal oleh masyarakat
- b) Belum memiliki jaringan yang luas
- c) Media promosi yang belum lengkap

**3) Opportunities (Peluang)**

- a) Permintaan pasar akan desain grafis semakin meningkat
- b) Teknologi & informasi yang semakin berkembang
- c) KEMENPAREKRAF sedang memajukan bidang industry kreatif salah satunya adalah jasa desain grafis sehingga mempermudah jalannya usaha

**4) Threats (Ancaman)**

- a) Adanya inovasi produk dari pesaing yang sudah ada
- b) Adanya pesaing baru
- c) Para pesaing terdahulu memiliki pengalaman dan reputasi yang baik
- d) Kebijakan pemerintah atau peraturan yang telah direvisi yang berdampak bagi perusahaan

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 3. 4

Matrix SWOT

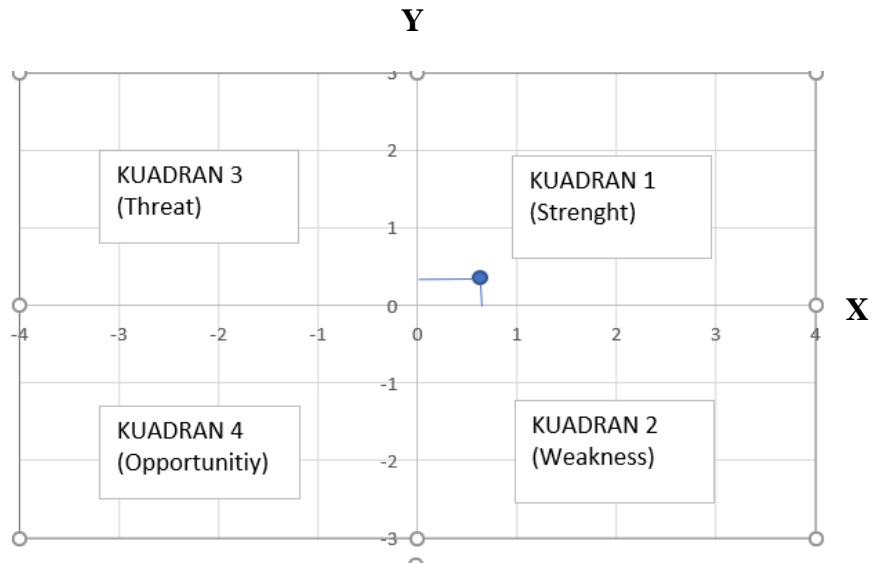
<b>IFAS</b>	<b>Strength (Kekuatan)</b>	<b>Weakness (Kelemahan)</b>
	1. Variasi pilihan jasa desain grafis (S1) 2. Memberikan jasa konsultasi secara gratis (S2) 3. Harga yang terbilang masih terjangkau (S3) 4. Pelayanan yang baik (S4) 5. Kualitas desain yang baik (S5)	1. Merek yang belum dikenal oleh masyarakat (W1) 2. Belum memiliki jaringan yang luas (W2) 3. Media promosi yang belum lengkap (W3)
<b>EFAS</b>	<b>S-O Strategies</b>	<b>W-O Strategies</b>
	1. Secara konsisten dan tepat sasaran dalam melakukan kegiatan promosi menggunakan media sosial untuk memperlihatkan kepada konsumen pelayanan yang baik serta kualitas jasa yang baik (S1,S4,O1,O2)	1. Memberikan promo tidak ada batasan revisi desain agar menarik minat pembeli (W1, W3, O1, O2, O3)
2. Teknologi & informasi yang semakin berkembang (O2)	2. Menjalin kerjasama dengan pemasok tetap dalam bentuk MOU agar lebih jelas untuk menjaga kualitas produk (S1, S4, O2)	2. Membuat kuesioner agar mengetahui apa yang sebenarnya pelanggan inginkan dan menampung masukan dari pelanggan, untuk meningkatkan penjualan dikemudian hari (W1,W2,W3, O1, O2)
3. KEMENPAREKRAF sedang memajukan bidang industry kreatif salah satunya adalah jasa desain grafis sehingga mempermudah jalannya usaha (O3)	3. Melakukan pemasaran dengan menggunakan jasa <i>influencer</i> (S1, S3, S5, O2, O1,O3)	3. Mengikuti seminar jasa desain grafis dan juga memasuki komunitas asosiasi industri kreatif (W2, O3)
<b>Threats (Ancaman)</b>	<b>S-T Strategies</b>	<b>W-T Strategies</b>
1. Adanya inovasi produk dari pesaing yang sudah ada (T1)	1. Meminta pelanggan untuk memberikan testimoni yang berkaitan dengan harga dan pelayanan (S2, S3, S4, T1, T2)	1. Membuat media promosi yang menarik di website Fartwork Studio agar mudah dipahami oleh pelanggan (W1, W3, T1, T3)
2. Adanya pesaing baru (T2)	2. Melakukan inovasi produk (S1, T1, T3)	2. Melakukan observasi dan evaluasi terhadap pesaing (W1, W2, T2, T3)
3. Para pesaing terdahulu memiliki pengalaman dan reputasi yang baik (T3)	3. Menetapkan harga sesuai kebutuhan pelanggan dan melakukan survey harga kepada usaha sejenis atau pesaing (S3, T3, T4,)	
4. Kebijakan pemerintah atau peraturan yang telah direvisi yang berdampak bagi perusahaan (T4)		

Sumber: Fartwork Studio

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.

Gambar 3.3

Analisis SWOT Kuadran



Sumber: Fartwork Studio

Berdasarkan hasil kuesioner, titik Y mendapatkan poin sebesar 0,19 sedangkan poin X sebesar 0,41 sehingga penulis menyimpulkan bahwa hasil analisis SWOT Fartwork Studio berada pada posisi *Kuadran 1*. Situasi tersebut sangat menguntungkan dan strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

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