

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Dalam melaksanakan usaha, pastinya setiap industri mempunyai pesaing yang berasal dari industri serupa. Maka dari itu sangat dibutuhkan analisis industri serta pesaing untuk mengetahui kemampuan apa saja yang dimiliki industri, sehingga industri memperoleh cerminan keadaan industri yang berlangsung pada saat ini dan perkembangan industri yang dapat menjadi kesempatan bisnis. Data yang didapat dari analisis industri nantinya akan dijadikan salah satu dasar pertimbangan apakah bisnis ini sanggup bersaing serta layak untuk dijalankan. Selain analisis industri, analisis pesaing juga dibutuhkan untuk suatu bisnis dapat bertahan dan memenangkan persaingan yang ada dari para pesaing dengan usaha sejenis.

3.1 Tren dan Pertumbuhan Industri

Untuk menilai seberapa besar potensi atau peluang dalam usaha, maka *trend* dan pertumbuhan industri sangatlah penting untuk dianalisis. Dengan analisis yang tepat, maka perkembangan usaha dapat terproyeksikan. Komponen yang perlu diperhatikan dalam trend dan pertumbuhan industri adalah tingkat permintaan dan daya beli konsumen. Pertumbuhan industri yang bertumbuh akan menghasilkan peluang yang tinggi bagi usaha. Batik Karya Abadi merupakan suatu usaha ritel yang menjual produk-produk batik seperti pakaian, sarung, tas, dan dompet secara *offline* dan *online*.

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan utama atau primer untuk manusia dan sudah ada sejak dahulu kala. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, pada 3 bulan pertama tahun ini produksi industri pakaian tumbuh sebesar 29,19% secara tahunan. Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas pakaian masing-masing, salah satunya adalah batik. Batik merupakan pakaian





tradisional khas Indonesia yang memiliki berbagai macam motif dan keunikan sesuai daerah asalnya.

Berdasarkan hasil penelitian Big Data 2020 dari Badan Pusat Statistik (BPS), dilaporkan bahwa penjualan secara *online* menunjukkan peningkatan pesat di Indonesia mulai dari Maret 2020 yang merupakan masa pandemi di mana penjualan *online* meningkat 3,2 kali dari awal tahun sebelum masa pandemi. Pada hasil penelitian Badan Pusat Statistik (BPS) pada Statistik E-Commerce 2021, melaporkan bahwa industri pakaian menempati urutan ke-2 dengan persentasi 20,71% sebagai barang dan jasa yang terjual secara *online*. Industri pakaian hanya kalah kepada industri kuliner yang juga merupakan salah satu kebutuhan primer manusia.

Gambar 3. 1 Persentase Usaha E-Commerce Berdasarkan Barang dan Jasa yang Dijual Tahun 2021



Sumber : Adam Luthfi,dkk (diakses tanggal 11 Maret 2022)

Data tersebut didukung oleh pernyataan Sekretaris Jendral Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API) Ernovian G. Ismy yang mengatakan bahwa permintaan produk pakaian jadi terus meningkat karena industri pakaian merupakan salah satu pilar ekonomi kreatif. Tekstil dan produk tekstil juga mencatatkan nilai ekspor yang besar dengan nilai US\$ 8,62 miliar pada tahun 2018.



Berdasarkan data yang dipaparkan diatas, maka bisnis Batik Karya Abadi memiliki prospek yang baik di Indonesia.

3.2 Analisis Pesaing

Analisis pesaing diperlukan untuk melihat, membandingkan, dan menilai perusahaan sejenis yang ada di sekitar usaha. Faktor yang menjadi perhatian untuk dibandingkan yaitu dari segi kualitas, harga, pelayanan, variasi produk, tampilan dan kemasan produk, *feedback* pelanggan, tampilan dan promosi di media sosial. Dalam bersaing dengan para kompetitor kita pun harus memiliki strategi dan tujuan yang ingin kita capai agar dapat bersaing di pasar. Penulis melihat adanya dua pesaing Batik Karya Abadi yaitu Bathix dan Batik Purnama. Alasan penulis memilih dua toko tersebut karena produk yang dijual sejenis dan lokasi usaha yang sama yaitu berada di Jakarta Timur. Berdasarkan hasil survei penulis, data yang ada menunjukkan kelebihan dan kelemahan pesaing Batik Karya Abadi adalah:

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Tabel 3. 1 Analisis Pesaing Batik Karya Abadi

Pesaing	Kelebihan	Kelemahan
Bathix 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.	Variasi produk yang beragam	Kekurangan karyawan
	Memiliki <i>rating</i> yang tinggi di <i>e-commerce</i>	Tampilan toko yang kurang menarik
	Pemasaran melalui media sosial yang baik	Tidak bisa menerima pesanan khusus
	Kualitas produk yang ditawarkan baik dan beragam	
Batik Purnama	Desain toko yang bagus dan menarik	Variasi produk yang kurang
	Letak toko yang strategis	Tidak mempromosikan produk dengan media sosial
	Menjual dengan harga yang relatif murah dan bersaing	Hanya menjual pakaian batik
	Pelayanan terhadap pelanggan yang baik	

Sumber : Data diolah

3.3 Analisis PESTEL

Analisis PESTEL (*politic, economy, social, technology, environment, legal*) merupakan analisis mengenai lingkungan eksternal, yaitu dilihat dari segi politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum. Analisis ini dilakukan untuk melihat apakah faktor-faktor ini berdampak bagi jalannya usaha. Analisis PESTEL pada usaha Batik Karya Abadi adalah sebagai berikut:



Tabel 3. 2 Tabel Analisis PESTEL

No.	Politik	Ekonomi	Sosial	Teknologi	Lingkungan	Legal
1.	Kebijakan PEN (Pemulihan Ekonomi Nasional)	Perkiraan pertumbuhan ekonomi sebesar 4,7-5,5% di tahun 2022	Pertumbuhan penduduk yang terus bertumbuh dari tahun ke tahun.	Industri 4.0	Penempatan toko Batik Karya Abadi yang strategis	Peraturan atas izin usaha dan kewajiban pajak untuk pelaku usaha (PPh)

Sumber: Batik Karya Abadi

a. Politik

Analisis eksternal dari faktor politik meliputi kebijakan pemerintah, kegiatan politik, serta hukum yang berlaku dapat mempengaruhi kebijakan atau kegiatan suatu usaha. Kebijakan pemerintah yang mempengaruhi UMKM yaitu adanya program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), dan insentif-insentif pemerintah untuk mendorong pertumbuhan UMKM. Hal ini berdampak baik untuk pelaku UMKM, ditambah dengan kondisi politik yang cukup stabil ditahun 2022 awal dan optimisme masyarakat akan kondisi politik yang baik sepanjang tahun 2022. Hal ini dibuktikan dari hasil survei Saiful Mujani *Research & Consulting* bertajuk Ekonomi-Politik dan Harapan 2022: Opini Publik Nasional yang dilakukan pada 8-16 Desember 2021. Survei ini merupakan hasil wawancara dengan 2420 responden menggunakan dari seluruh masyarakat Indonesia yang berumur minimal 17 tahun atau sudah menikah. Survei tersebut menghasilkan jawaban positif dari masyarakat dimana mayoritas atau lebih dari 50% responden optimis akan kondisi politik 2022.

Dari kondisi politik yang baik dan kebijakan pemerintah yang mendorong pertumbuhan UMKM terutama insentif PPh Final UMKM yang ditanggung Pemerintah, maka Batik Karya Abadi dapat menjadi usaha yang mampu berjalan dengan baik dilihat dari aspek politik.

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.

Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



b. Ekonomi

Analisis eksternal dari faktor ekonomi meliputi keseluruhan faktor yang dapat mempengaruhi iklim berbisnis suatu perusahaan dan daya beli dari pelanggan. Berjalannya suatu usaha juga ditentukan oleh faktor pertumbuhan ekonomi, faktor ini berpengaruh besar terhadap daya beli. Ketika pertumbuhan ekonomi meningkat, maka daya beli masyarakat juga akan meningkat dan sebaliknya.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), ekonomi Indonesia pada Triwulan III-2021 tumbuh 3,51% dibandingkan pada Triwulan III-2020 (y-on-y). Menurut Bank Indonesia (BI), pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2022 diperkirakan akan mencapai 4,7-5,5%, dari 3,2-4,0% pada tahun 2021. Hal ini didorong oleh berlanjutnya perbaikan ekonomi global, meningkatnya permintaan domestik dari kenaikan konsumsi dan investasi. Kondisi ini didukung adanya vaksinasi, pembukaan sektor ekonomi, dan stimulus kebijakan.

Adanya peningkatan kondisi ekonomi ini akan meningkatkan penjualan Batik Karya Abadi seiring dengan permintaan dan daya beli masyarakat yang meningkat akibat dari kondisi ekonomi Indonesia yang meningkat. Walaupun demikian, pertumbuhan ekonomi ini harus disertai dengan kreatifitas dan inovasi yang baik dalam mendirikan usaha agar memberikan nilai yang lebih ke masyarakat sebagai konsumen.

c. Sosial

Lingkungan sosial berpengaruh pada suatu bisnis, terutama dalam aspek pertumbuhan penduduk dan sosial budaya. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, pertumbuhan penduduk di Jakarta mengalami peningkatan jiwa dari tahun 2021 yaitu 10.729.100 jiwa menuju 10.810.100 jiwa di tahun 2022 yakni bertambah sebanyak 81.000



jiwa. Ditambah dengan tingkatan usia dengan jumlah jiwa terbanyak pada usia 30-an. Hal ini menciptakan keoptimisan bagi penulis bahwa daya beli dan konsumsi masyarakat akan meningkat seiring pertumbuhan penduduk terutama usia terbanyak yang sesuai dengan target usaha penulis. Selain itu, faktor sosial budaya juga berpengaruh bagi usaha Batik Karya Abadi yaitu pakaian batik yang merupakan salah satu ciri khas budaya Indonesia. Batik juga menjadi salah satu seragam wajib murid-murid sekolah dan juga menjadi pakaian formal untuk orang dewasa. Batik Karya Abadi menyediakan pakaian dan aksesoris batik dengan motif beragam yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia seperti motif Megamendung, Pekalongan, Papua dan lain-lain. Dengan adanya variasi produk tersebut, dapat memberikan banyak pilihan untuk calon konsumen dalam pembelian.

d. Teknologi

Kemunculan serta perkembangan teknologi sangat memudahkan kehidupan manusia. Perkembangan teknologi sangat pesat ditandai dengan kemunculan era baru yaitu revolusi industri 4.0. atau yang biasa disebut era digital ini sangat meningkatkan efisiensi bagi manusia. Pada era digital ini, muncul banyak aplikasi media sosial dan juga platform *e-commerce* untuk berbisnis secara *online*. Aplikasi-aplikasi media sosial sendiri dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi dan pemasaran secara *digital*, dengan begitu Batik Karya Abadi dapat memberikan informasi terkait produk yang dijual kepada para masyarakat luas. Masyarakat Indonesia sendiri merespon dengan sangat baik dan menunjukkan antusias tinggi atas kemajuan teknologi ini. Batik Karya Abadi memanfaatkan media sosial *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook* untuk media promosi dan penjualan. Selain itu, Batik Karya Abadi memanfaatkan *platform e-commerce* seperti *Tokopedia*, *Shopee*, dan *Lazada* untuk memperbesar jangkauan pasar sehingga dapat menjual produk sampai seluruh wilayah Indonesia. Dilihat dari hal ini, maka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

perkembangan teknologi sangat berdampak positif bagi kemajuan usaha Batik Karya Abadi di mana menciptakan peluang baru yang muncul dari kemudahan pemasaran dan luasnya jangkauan ke konsumen.

e. *Environment/Lingkungan*

Lingkungan adalah salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam usaha *online*. Pengusaha dapat bisa mengetahui, menganalisis, serta mengambil keputusan yang tepat lewat lingkungan dalam rangka meningkatkan efektivitas usaha. Penulis berencana membuka usaha Batik Karya Abadi di dalam Pusat Grosir Cililitan (PGC) yang berlokasi di Jakarta Timur. Penulis menilai PGC tempat yang tepat untuk membuka usaha retail pakaian karena daya beli yang masih tinggi di tempat tersebut. Lokasi pengiriman bahan baku dari supplier juga tidak menjadi masalah yang besar karena menggunakan jasa pengiriman kargo.

f. Legal/Hukum

Faktor hukum menciptakan batasan dalam bertindak atau aktifitas manusia yang mana berlaku dalam kegiatan usaha. Faktor hukum dapat berupa perubahan undang-undang yang ada atau yang akan datang terhadap kehidupan berbisnis.

Faktor legalitas yang paling umum dalam membuat suatu bisnis atau usaha adalah bentuk legalitas berupa SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) dan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak). SIUP merupakan surat ijin yang diberikan kepada suatu badan usaha untuk dapat melakukan kegiatan usaha perdagangan. Selain itu, pemerintah juga mengenakan PPh sebesar 0,5% dari omset tahunan sebuah usaha yang di bawah Rp 4,8 Miliar. Dengan adanya peraturan-peraturan yang telah ditetapkan, maka Batik Karya Abadi harus taat dan patuh terhadap peraturan tersebut agar tidak terjadi tindak pidana yang melanggar hukum.

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.



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

Business Model

Menurut Fred R. David (2017:229), "*Porter's five-forces models of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries*". Ini berarti lima kekuatan persaingan model porter adalah pendekatan yang banyak digunakan untuk mengembangkan strategi di berbagai industri. Berikut adalah lima kekuatan persaingan model porter untuk usaha Batik karya Abadi menurut hasil analisis penulis:

Gambar 3. 2 Porter's Five Force Model



Sumber: Fred R. David dan Forest R. David (2017:229), *Strategic Management*

a. Persaingan Antar Perusahaan Yang Ada

Perusahaan yang menjual produk atau jasa sejenis atau memiliki jenis bisnis yang serupa akan menciptakan suatu persaingan. Dalam menjalankan usahanya, Batik Karya Abadi memiliki dua pesaing yaitu Bathix dan Batik Purnama dengan persaingan yang cukup tinggi karena masing-masing usaha mempunyai kelebihan tersendiri.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip, mengarang, atau selagi lain seluruh karya tulis ini tanpa menandatangani dan menyebutkan sumber:

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



b. Ancaman Pendatang Baru

Persaingan bisnis akan semakin meningkat ketika munculnya pesaing baru di suatu pasar atau industri. Bisnis ritel pakaian khususnya pakaian batik cukup sulit didirikan karena memerlukan modal usaha yang besar serta pengetahuan produk yang tinggi mengingat setiap kain batik memiliki ciri khas motif tersendiri tergantung daerah asalnya.

Batik Karya Abadi menyediakan berbagai macam produk batik bervariasi yang memiliki rentang harga bawah sampai ke atas sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara luas. Tampilan toko yang menarik juga diperlukan untuk menarik perhatian calon konsumen.

Industri *fashion* atau pakaian memiliki pangsa pasar yang luas, selain berjualan secara fisik atau *offline* juga dapat diperjual belikan melalui *platform e-commerce*. Maka dari itu, persaingan antar usaha yang dihadapi Batik Karya Abadi tidak hanya dengan toko ritel tetapi juga bersaing dengan toko *online* juga. Toko *online* memiliki biaya operasional yang lebih kecil dibandingkan toko *offline*, sehingga persaingan harga tidak dapat dihindari.

c. Kekuatan Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok sangat berpengaruh terhadap jumlah persaingan dalam suatu industri. Pemasok dan produsen memiliki hubungan yang menguntungkan kedua pihak sehingga menimbulkan ketergantungan antar satu sama lain. Batik Karya Abadi memiliki pemasok inti kain batik yaitu *Mido*, *Maxistyle*, dan *DORA*. Sedangkan untuk perlengkapan dan lain-lain, Batik Karya Abadi memiliki pemasok terpercaya lainnya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Para pemasok inti kain batik memiliki produk bahan baku yang berbeda-beda sehingga produk yang dihasilkan akan bervariasi.



d. Kekuatan Daya Tawar Konsumen

Pada analisis kekuatan penawaran konsumen, penulis menganalisis berapa besaran tingkat pembeli dapat memilih dan menawar produk yang ada. Semakin sedikit preferensi konsumen tentang suatu produk, dimana membuat mereka bergantung pada satu perusahaan, maka daya tawar konsumen pun rendah. Begitu pula sebaliknya dimana konsumen menemukan produk sejenis pada banyak perusahaan lain maka daya tawar konsumen akan meningkat. Batik Karya Abadi memiliki daya tawar konsumen yang berada pada tingkatan sedang, dikarenakan beberapa varian motif batik dapat ditemukan di toko lain. Namun, Batik Karya Abadi dapat menerima pesanan secara khusus, di mana konsumen dapat memesan ukuran pakaian dan kuantitas barang yang diinginkan. Batik Karya Abadi juga menerima pesanan batik *seragaman* untuk sekolah dan juga kantor, di mana pihak tersebut dapat berkonsultasi dan memilih motif batik yang diinginkan secara khusus. Dengan ini, daya tawar konsumen dapat ditekan karena tidak semua toko menyediakan pesanan khusus tersebut untuk konsumen.

e. Ancaman Produk Pengganti/Substitusi

Produk pengganti dapat melemahkan permintaan akan produk atau jasa suatu usaha. Hal ini sangat krusial bagi jalannya bisnis, dimana jika tidak diperhatikan maka perusahaan akan mengalami kerugian. Batik sendiri tidak memiliki produk pengganti yang signifikan karena merupakan salah satu warisan budaya khas Indonesia, namun minat masyarakat untuk mengenakan pakaian dan aksesoris batik tetap dapat menurun. Untuk mengatasi hal itu, maka Batik Karya Abadi terus melakukan inovasi produk, mengedukasi pelanggan, dan menggunakan desain pakaian yang kekinian agar tetap menarik minat pelanggan.



3.5 Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (Competitive Profile Matrix)

Menurut Fred R. David (2017:236), “*competitive profile matrix* merupakan suatu metode analisis untuk mengidentifikasi pesaing-pesaing utama perusahaan serta kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan pesaing tertentu terkait posisi strategis perusahaan”. Faktor kunci keberhasilan yang dipertimbangkan Batik Karya Abadi berdasarkan data hasil survei dengan pembagian kuisioner terhadap 60 responden adalah :

Tabel 3. 3 Competitive Profile Matrix

Faktor Kunci Sukses	Bobot	Batik Karya Abadi		Bathix		Batik Purnama	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Kualitas Produk	0,2	4	0,8	4	0,8	3	0,6
Kelengkapan Variasi Produk	0,18	4	0,72	3	0,54	2	0,36
Tampilan Toko	0,13	3	0,39	2	0,26	3	0,39
Harga yang Kompetitif	0,18	3	0,54	3	0,54	4	0,72
Kualitas Pelayanan	0,13	3	0,39	3	0,39	4	0,52
Promo Menarik	0,09	2	0,18	3	0,27	3	0,27
Pemasaran yang Baik	0,09	2	0,18	4	0,36	2	0,18
TOTAL	1		3,20		3,16		3,04

Sumber: Batik Karya Abadi

Keterangan;

- Bobot yang bernilai paling tinggi merupakan faktor terpenting untuk kesuksesan usaha
- Total dari bobot secara keseluruhan adalah 1 (satu)
- Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yaitu : 4 = *major strength*, 3 = *minor strength*, 2 = *minor weakness*, 1 = *major weakness*.
- Nilai dari masing-masing perusahaan merupakan hasil perkalian peringkat dengan bobot (peringkat x bobot).

Berdasarkan tabel 3.3 dapat dilihat bahwa Batik Karya Abadi menduduki peringkat pertama dengan nilai 3.20 dibanding dengan para pesaingnya Bathix dengan nilai 3,16 dan Batik



Purnama di peringkat ketiga dengan nilai 3,04. Kedua pesaing memiliki nilai yang lebih rendah dari Batik Karya Abadi, namun tetap memiliki keunggulan dalam usahanya masing-masing.

Angka-angka tersebut hanya menggambarkan kekuatan dan kelemahan antar perusahaan dan pesaing secara keseluruhan supaya perusahaan dapat menanggulangi kelemahan yang ada bila memang diperlukan dan penting, atau mempertahankan keunggulan karena sudah lebih unggul dari pesaing.

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (*SWOT Analysis*)

Menurut Marshall dan Johnston (2018:969) SWOT merupakan kerangka kerja yang digunakan dari hasil analisis situasi perusahaan yang dijabarkan ke dalam matriks *strenghs* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman).

a. *Strengths* (S) adalah kondisi yang menggambarkan kekuatan perusahaan yang dapat menjadi keunggulan bersaing.

b. *Weaknesses* (W) adalah kondisi yang menggambarkan kelemahan perusahaan yang dapat melemahkan daya saing perusahaan.

c. *Opportunities*(O) adalah gambaran kondisi eksternal atau dari luar perusahaan yang dapat menjadi peluang untuk memenuhi visi, misi, dan tujuan perusahaan.

d. *Threats* (T) adalah gambaran kondisi eksternal atau dari luar perusahaan yang dapat menjadi ancaman bagi perusahaan sebagai faktor yang menyebabkan kemunduruan dalam menjalankan usaha.

Metode analisis ini membagi aspek tinjauannya dari sisi internal (sisi dalam perusahaan) dan eksternal (sisi luar perusahaan). Dari sisi internal perusahaan, terdapat *Strengths* dan *Weakness*, dimana *Strengths* menguntungkan perusahaan dan *Weaknesses* merugikan

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

1. Klarifikasi materi pembelajaran 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.



perusahaan. Dari sisi eksternal perusahaan, terdapat *Opportunities* dan *Threats*, dimana *Opportunities* menguntungkan perusahaan dan *Threats* merugikan perusahaan. Hasil analisis ini memberikan arahan ataupun menciptakan rekomendasi strategi yang dapat dibuat untuk mempertahankan kekuatan dan meminimalkan kelemahan dari sisi internal dan eksternal perusahaan demi perkembangan usaha.

a. Analisis Kualitatif SWOT

Berikut analisis kualitatif SWOT dari Batik Karya Abadi:

1) *Strength* (Kekuatan)

- a) Memiliki kelengkapan variasi produk yang dapat memenuhi kebutuhan berbagai kalangan konsumen, contohnya kemeja batik menggunakan bahan katun yang terjangkau hingga menggunakan bahan semi-sutra yang halus dan awet
- b) Kualitas produk yang ditawarkan oleh Batik Karya Abadi terjamin dan menggunakan kain batik berkualitas
- c) Toko fisik Batik Karya Abadi yang terletak di PGC (Pusat Grosir Cililitan) memiliki tampilan yang menarik dengan adanya *display* produk-produk menggunakan model patung pria dan wanita
- d) Batik Karya Abadi memberikan harga produk yang kompetitif dan berbanding lurus dengan kualitas produk yang ditawarkan, sehingga dapat bersaing dengan para pesaing lainnya
- e) Memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen sehingga memberikan nilai lebih dan meningkatkan peluang pembelian kembali (*repeat order*)



2) *Weakness* (Kelemahan)

- a) Pemasaran yang masih kurang maksimal karena Batik Karya Abadi merupakan bisnis baru yang masih *minim brand image* terhadap masyarakat
- b) Promo yang ditawarkan oleh Batik Karya Abadi masih terbilang sedikit, seperti promo gratis biaya antar terhadap pembelian melalui *e-commerce* dan promo harga khusus untuk pembelian baju *couple* (pria dan wanita)

3) *Opportunities* (Peluang)

- a) Kebijakan pemerintah Indonesia menetapkan Hari Batik Nasional setiap tanggal 2 Oktober dan kewajiban bagi PNS (Pegawai Negeri Sipil) untuk mengenakan pakaian batik pada hari tertentu
- b) Perkembangan teknologi diikuti *audience* yang tinggi pada dunia *digital* seperti media sosial sehingga memudahkan pemasaran produk
- c) Target pasar yang luas diikuti jangkauan yang luas lewat sosial media

4) *Threats* (Ancaman)

- a) Munculnya pesaing baru dengan modal tinggi dan persaingan harga yang ketat
- b) Masyarakat yang sangat kritis dan selektif
- c) Menurunnya minat masyarakat khususnya generasi muda untuk memakai dan melestarikan batik
- d) Meningkatnya pajak yang ditetapkan pemerintah sehingga menyebabkan naiknya biaya produksi dan harga produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Tabel 3. 4

Matriks SWOT Batik Karya Abadi

<p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumbernya. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan 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.</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>Strengths</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Memiliki kelengkapan variasi produk yang dapat memenuhi kebutuhan berbagai kalangan konsumen, contohnya kemeja batik menggunakan bahan katun yang terjangkau hingga menggunakan bahan semi-sutra yang halus dan awet 2) Kualitas produk yang ditawarkan oleh Batik Karya Abadi terjamin dan menggunakan kain batik berkualitas dan sesuai standar 3) Toko fisik Batik Karya Abadi yang terletak di PGC (Pusat Grosir Cililitan) memiliki tampilan yang menarik dengan adanya display produk-produk menggunakan model patung pria dan wanita 4) Batik Karya Abadi memberikan harga produk yang kompetitif dan berbanding lurus dengan kualitas produk yang ditawarkan, sehingga dapat bersaing dengan para competitor lainnya 5) Memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen sehingga memberikan nilai lebih dan meningkatkan peluang pembelian kembali (<i>repeat order</i>) 	<p>Weaknesses</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Pemasaran yang masih kurang maksimal karena Batik Karya Abadi merupakan bisnis baru yang masih minim brand image terhadap masyarakat 2) Promo yang ditawarkan oleh Batik Karya Abadi masih terbilang sedikit, seperti promo gratis biaya antar terhadap pembelian melalui e-commerce dan promo harga khusus untuk pembelian baju couple (pria dan wanita)
<p>Opportunities</p> <p>1. Kebijakan pemerintah Indonesia menetapkan Hari Batik Nasional setiap tanggal 2 Oktober dan kewajiban bagi PNS (Pegawai Negeri Sipil) untuk mengenakan pakaian batik pada hari tertentu</p>	<p>SO Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan keberagaman varian dan kualitas produk untuk memperluas target pasar (S1,S2,O3) 2. Kebijakan pemerintah mengenai batik berpotensi meningkatkan penjualan Batik Karya Abadi (S1,O1) 3. Harga produk yang kompetitif dan terjangkau oleh semua kalangan dapat memperluas target pasar Batik Karya Abadi (S4,O3) 	<p>WO Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan promo menarik lainnya dengan menggunakan teknologi yang ada seperti media sosial dan e-commerce agar meningkatkan penjualan (W2,O2) 2. Memanfaatkan kebijakan pemerintah mengenai batik sebagai kegiatan



<p>2) Perkembangan teknologi diikuti audience yang tinggi pada dunia digital seperti media sosial sehingga memudahkan pemasaran produk</p> <p>3) Target pasar yang luas diikuti jangkauan yang luas lewat sosial media</p>	<p>4. Memberikan kualitas pelayanan dan produk yang terbaik agar memberikan nilai lebih serta citra yang baik terhadap pelanggan di media sosial (S2,S5,O2)</p>	<p>pemasaran Batik Karya Abadi dengan menggunakan media sosial agar meningkatkan <i>brand-awareness</i> kepada masyarakat (W1,O1,O2,O3)</p>
<p>Threats</p> <p>1) Munculnya pesaing baru dengan modal tinggi dan persaingan harga yang ketat</p> <p>2) Masyarakat yang sangat kritis dan selektif</p> <p>3) Menurunnya minat masyarakat khususnya generasi muda untuk memakai dan melestarikan batik</p> <p>4) Meningkatnya pajak yang ditetapkan pemerintah sehingga menyebabkan naiknya biaya produksi dan harga produk</p>	<p>ST Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan menyediakan variasi produk yang lengkap dan harga yang kompetitif merupakan strategi Batik Karya Abadi agar dapat bersaing terhadap kompetitor lain (S1,S4,T1) 2. Memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada setiap konsumen agar dapat mengatasi masyarakat yang kritis dan selektif (S5,T2) 3. Tampilan toko yang menarik dapat meningkatkan minat masyarakat dalam melakukan pembelian (S3,T3) 	<p>WT Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mendorong kegiatan pemasaran khususnya digital marketing menggunakan media sosial agar memperluas brand-awareness Batik Karya Abadi sehingga meningkatkan penjualan (W1,T1) 2. Menciptakan promosi yang menarik minat masyarakat untuk melakukan pembelian produk Batik Karya Abadi (W2,T3)

Sumber: Batik Karya Abadi

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