



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Sebelum menjalankan sebuah usaha, pendiri usaha harus melakukan analisis dari industri yang ingin dimasuki nya. Karena setiap industri memiliki industri yang berbeda-beda. Sehingga, analisis di perlukan agar pemilik usaha dapat mengetahui besar peluang, kelebihan dan kekurangan produk, ancaman dari pesaing, dan kondisi eksternal yang ada di sekitar tempat usaha. Sehingga dari analisis ini pemilik dapat menentukan strategi yang tepat dan dapat memposisikan diri di industri usaha nya.

3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Dalam menjalankan usaha nya, seorang pebisnis harus memahami tren dan pertumbuhan industri dari bisnis yang akan di jalani. Pada saat ini tren dan pertumbuhan industri di bidang pakaian sedang meningkat karena banyak nya orang yang membuat konten di sosial media dan membutuhkan pakaian yang keren dan kekinian, di tambah dengan ada nya *e-commerce* yang dapat memudahkan konsumen memesan dan menerima barang tersebut dengan mudah dan instan

Gambar 3.1

Data Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian



Sumber: <https://www.dataindustri.com/wp-content/uploads/2022/04/Tren-Data-Pertumbuhan-Industri-Tekstil-dan-Pakaian-Jadi-2011-2022.png>



Menurut data tabel tersebut, terjadi pertumbuhan pada kinerja industri tekstil dan pakaian sebesar 3,53% pada kuartal I tahun 2022 ini. Pembangkitan kinerja ini dapat menjadi sebuah peluang untuk bisnis Senada Bertiga dalam menjalankan usahanya pada tahun 2022.

3.2 Analisis Pesaing

Di era industri yang semakin berkembang dan didukung oleh kondisi pandemi covid-19, mengakibatkan perubahan kepada gaya hidup masyarakat. Masyarakat semakin gemar untuk berbelanja *online*, dan setiap produsen harus peka dan memanfaatkan keadaan yang ada seperti sekarang ini. Akan tetapi, di setiap industri yang ingin dijalankan pastinya selalu ada pesaing.

Untuk mampu bersaing dan unggul dari pesaing kita, perusahaan harus mampu melakukan diferensiasi dan menonjolkan keunggulan kepada calon konsumen serta meminimalisir kelemahan yang dimiliki. Seperti mencari tau informasi tentang keunggulan dan kelemahan produk pesaing, seperti proses produksi, bahan baku, promosi, harga, dan lain sebagainya.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap pesaing dari usaha Senada Bertiga yang telah mempunyai kemiripan. Dan telah menemukan faktor – faktor yang menjadi acuan dalam menentukan keunggulan dan kelemahan pesaing, berikut adalah analisis pesaing Senada Bertiga

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.

Instansi 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.

Tabel 3.1
Analisis Keunggulan dan Kelemahan Pesaing

PESAIN	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Thriftstore.jkt	Kualitas produk baik, banyak varian, dan store sudah memiliki banyak followers (2.424 <i>followers</i>)	Harga yang masih tergolong mahal (di atas Rp 300.000)
Thriftader	Sudah sangat terkenal karena memiliki sekitar 57.500 <i>followers</i> pada Instagram dan menjual jaket dengan harga yang murah	Produk yang di jual hanya jaket saja, tidak ada produk pakaian lain

Sumber: Senada Bertiga, 2022

3.3 Analisis Pestel

Analisis PESTEL adalah salah satu cara untuk menentukan strategi dengan melakukan analisa lingkungan usaha secara eksternal, yang terdiri dari Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Legal. Analisa ini perlu di lakukan sebagai sebuah usaha untuk mengantisipasi lingkungan eksternal yang di luar kendali dari seorang pemilik usaha.

Maka dari itu, analisis ini berguna untuk pemilik usaha mengidentifikasi peluang atau ancaman yang ada dari faktor-faktor tersebut. Berikut adalah analisis PESTEL dari Senada Bertiga:



a. Politik

Dalam menjalankan sebuah usaha, faktor politik menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan. Karena akan ada kondisi politik seperti perubahan kebijakan yang dibuat pemerintah yang akan mempengaruhi jalannya bisnis.

Seperti contohnya pada Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dengan adanya peraturan tersebut, ini menjadi peluang untuk usaha Senada Bertiga untuk menjalankan usaha.

b. Ekonomi

Faktor ekonomi juga memiliki peran penting yang mempengaruhi kegiatan usaha Senada Bertiga, seperti suku bunga, tingkat inflasi, pertumbuhan ekonomi, dan lain sebagainya. Saat kondisi ekonomi sedang baik daya beli konsumen juga akan baik terhadap produk yang kita jual. dan hal itu akan menguntungkan bagi negara dan pemilik usaha, karena arus uang akan lancar. Dan jika kondisi ekonomi sedang tidak baik, daya beli konsumen akan menurun dan ini akan mengakibatkan terhambatnya arus uang karena lemahnya daya beli konsumen.

Kondisi ekonomi Indonesia yang sedang membaik karena pasca pandemi covid-19 yang dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi Indonesia yang pada tahun 2021 sebesar 3,69% dibandingkan dengan tahun 2020 yang hanya sebesar 2,07%, dan pada tahun 2022 akan diproyeksikan meningkat hingga 4,8% sampai 5,5%. Ini menjadi kabar baik untuk perkembangan dan menjadi peluang usaha baru termasuk usaha Senada Bertiga. Dapat dikatakan

© 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.



faktor ekonomi ini dapat menjadi peluang untuk Senada Bertiga dapat terus berjalan.



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

c. Sosial

Kondisi sosial dari suatu lingkungan memiliki dampak dan pengaruh yang besar terhadap kelangsungan dari sebuah usaha. Faktor sosial dapat dicontohkan seperti demografi, gaya hidup, tren, dan latar belakang setiap individu. Hal ini akan terus berubah seiring dengan berjalannya waktu dan zaman, karena adanya arus globalisasi.

Dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif dan ingin serba instan dalam berbelanja online dapat menjadi peluang bagi pemilik usaha untuk menjalani bisnisnya. Demikian juga dengan bisnis Senada Bertiga, yang merupakan hasil dari analisis peluang yang ada di pasar. Dengan demikian faktor Sosial juga dapat menjadi peluang untuk Senada Bertiga untuk terus berjalan.

d. Teknologi

Teknologi juga memiliki peran besar terhadap keberlangsungannya kegiatan usaha. Kemajuan teknologi ini dapat dimanfaatkan dengan baik sehingga akan mempermudah dan membuat bisnis menjadi lebih baik dan mampu bersaing di pasar. Kemajuan *financetechnology* dan munculnya jasa transportasi *online* juga sangat mendukung perkembangan usaha

Perkembangan teknologi di era digital ini juga mempermudah pemilik usaha untuk melakukan promosi yang lebih luas sehingga perkembangan teknologi memegang peran yang sangat penting terhadap usaha Senada Bertiga. Dengan demikian ini menjadi peluang untuk Senada Bertiga untuk menjalankan usaha.

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.



©

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

e. Lingkungan

Faktor lingkungan juga harus di perhatikan bagi pemilik usaha. Dimana produk yang di gunakan harus ramah lingkungan dan tidak berbahaya bagi manusia yang menggunakannya. Degan adanya bisnis thrift ini kita dapat mengurangi limbah pakaian dimana industri *fashion* bertanggung jawab atas 10% emisi karbon global tahunan. Dengan demikian ini dapat menjadi peluang untuk Senada Bertiga menjalankan usaha.

f. Legal

Faktor hukum mencakup hukum-hukum yang berlaku dan berpengaruh sebelum atau sesudah menjalani usaha. Faktor hukum yang di perhatikan seperti hukum ketenagakerjaan, hak cipta, hak paten, dan hukum perlindungan konsumen.

Berkas yang di butuhkan sebelum usaha berjalan seperti NIB (Nomor Induk Berusaha), TDP (Tanda Daftar Perusahaan) dan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) wajib di miliki oleh setiap pengusaha.

Kemajuan teknologi juga dapat membantu kita dalam mengurus pembuatan NIB, TDP, dan NPWP secara online. Dan semua ini menjadi peluang untuk Senada Bertiga karena kemudahan dalam mengurus berkas-berkas tersebut.

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.



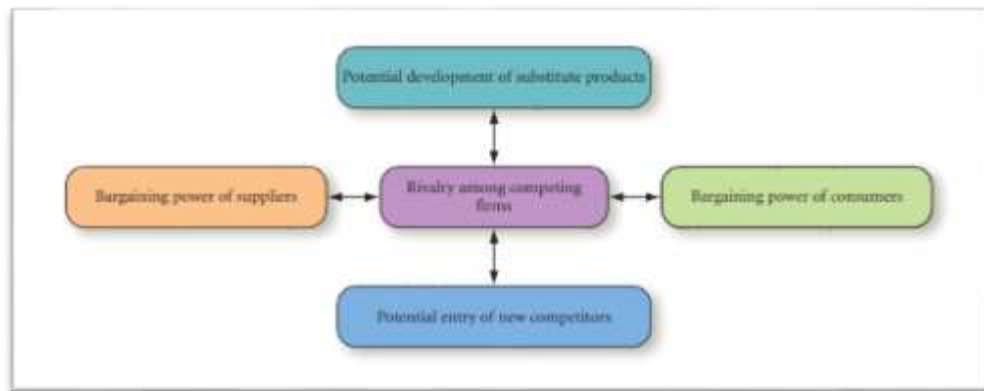
3.4 Analisis Lima Kekuatan Pesaing Model Porter

Menurut David (2017 : 229), “Porter’s Five-Forces Model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries.”.

yang memiliki arti Analisis lima kekuatan pesaing model porter adalah mengembangkan strategi di banyak industri dengan melakukan pendekatan secara luas.

Berikut gambar model Porter:

Gambar 3.2
Lima Kekuatan Pesaing Model Porter



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

a. Persaingan antar perusahaan yang ada (*Rivalry among competing firms*)

Dalam menjalani sebuah bisnis, pebisnis harus mengetahui industri apa yang akan dijalankan. Karena dalam sebuah industri akan ada persaingan dalam memperebutkan market share atau pangsa pasar dengan menunjukkan berbagai keunggulan dan strategi yang dimiliki oleh perusahaan.

Persaingan dapat memberikan dampak positif jika dilakukan secara sehat, jika persaingan dapat membuat masing-masing usaha berlomba untuk terus berinovasi dalam memenuhi keinginan konsumen yang terus berubah. Namun persaingan dapat memberikan dampak negatif jika dilakukan secara

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. 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.



tidak sehat, setiap pesaing berusaha menjatuhkan usaha orang lain dengan melakukan tindakan negatif. Sehingga persaingan antar perusahaan dapat memberikan dampak positif dan negatif.

Ada beberapa pesaing sejenis yang perlu diperhatikan dalam menjalani usahanya berdasarkan lokasi yang digunakan yaitu Thrift Shop lainnya.

b. Potensi masuknya pesaing baru (*potential entry of new competitors*)

Sebelum memulai sebuah usaha, pemilik usaha harus melakukan analisis terhadap industri yang ingin dimasukinya. Apakah industri yang akan dimasukinya memiliki potensi masuknya pesaing baru yang tinggi atau sebaliknya potensi masuknya pesaing baru rendah.

Jika potensi masuknya pesaing baru tinggi artinya usaha tersebut mudah untuk dimasuki atau ditiru oleh pesaing baru yang sejenis. Sehingga pemilik usaha harus berlomba untuk berinovasi agar mampu unggul dalam menghadapi persaingan. Sebaliknya jika potensi masuknya pesaing baru rendah artinya usaha tersebut sulit dimasuki oleh pengusaha sejenis yang baru. Faktor yang bisa mempengaruhi seperti modal yang besar, produk yang sulit ditiru, dan lain lain.

Dengan demikian dapat disadari bahwa usaha Senada Bertiga memiliki potensi masuknya pesaing baru yang tinggi mengingat modal yang diperlukan untuk membangun usaha tidak terlalu besar, alat yang dibutuhkan dan proses produksi yang tidak mahal, bahan baku yang mudah didapatkan dan SDM yang dibutuhkan tidak banyak. Sehingga akan berusaha untuk selalu berinovasi dalam menciptakan produk baru dan memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen dapat loyal terhadap produk.

© 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.



c. Ancaman produk / jasa pengganti (*potential development of substitute products*)

Dalam sebuah industri, pemilik usaha harus menyadari jika persaingan bukan hanya dari produk sejenis, namun bisa dari produk pengganti. Tekanan yang diberikan dan persaingan akan meningkat jika harga dari produk / jasa pengganti tersebut menurun. Hal ini akan membuat minat masyarakat teralihkan kepada produk / jasa pengganti, mengingat gaya hidup masyarakat yang lebih menginginkan produk / jasa yang lebih murah.

Dengan konsep pakaian yang ditawarkan Senada Bertiga, maka produk / jasa pengganti yang dapat mengancam adalah brand ternama seperti Zara, Uniqlo, Pull&Bear, dan lain sebagainya. lalu ada juga banyak produk pakaian yang di jual di online shop dan thrift shop lainnya.

Melihat adanya ancaman produk / jasa pengganti, Senada Bertiga harus memberikan inovasi-inovasi dan promosi-promosi yang menarik, agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk Senada Bertiga

d. Daya tawar pemasok (*bargaining power of suppliers*)

Daya tawar pemasok menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industri. Jika bahan baku yang dibutuhkan adalah bahan baku umum, artinya daya tawar pemasok rendah. Karena perusahaan akan dengan mudah mencari pemasok lain yang menawarkan bahan baku yang lebih murah dan dengan kualitas yang lebih baik.

Dan jika terjadi kelangkaan bahan baku dalam menjalankan suatu usaha, akan membuat daya tawar pemasok tinggi. Hal ini karena perusahaan kesulitan mencari pemasok lain yang dapat memberikan keunggulan dari pada pemasok yang sudah dimiliki.



Dalam menjalankan usahanya, Senada Bertiga menggunakan bahan baku yang murah dan mudah untuk didapatkan seperti banyak baju bekas yang di jual di pasar senen dan ada juga baju yang tidak lolos seleksi karena ada nya sedikit cacat atau biasa di kenal dengan produk *reject* (tapi masih layak di pakai) sehingga mudah untuk mencari suppliernya.

e. Daya tawar konsumen (*bargaining power of consumers*)

Konsumen adalah faktor yang paling penting dalam menjalankan sebuah usaha. Karena sebagai pelaku usaha, harus memenuhi keinginan konsumen yang bermacam-macam dan selalu berubah.

Daya tawar konsumen akan tinggi jika banyaknya usaha sejenis dalam sebuah industri sehingga akan bermunculan alternatif pakaian untuk konsumen, atau pesaing yang menawarkan harga yang lebih rendah dan kualitas yang sama baiknya. Saat ini, daya tawar konsumen kepada Senada Bertiga sangat tinggi, karena banyaknya usaha-usaha pakaian di kota-kota besar dan mudah ditiru. Sehingga diperlukan strategi promosi dan inovasi agar menjadi kunci keberhasilan bagi usaha Senada Bertiga.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.5 Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses

Menurut Fred R David (2017 : 236), "*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm's major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm's strategic position*".

Yang memiliki arti Competitive Profile Matrix (CPM) adalah analisis yang mengidentifikasi pesaing utama dalam sebuah perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi aspek-aspek yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan dibanding pesaing.

dalam melakukan analisis CPM, perlu menentukan critical success factor yang ditentukan setelah melakukan analisis internal dan eksternal perusahaan. Pemberian bobot dapat dilakukan setelah menentukan *critical success factor* dan akan disesuaikan

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.



dengan tingkat kepentingan faktor tersebut. Setelah itu setiap critical success factor akan diberikan peringkat / rating yang mengacu kepada kekuatan dan kelemahan setiap usaha, yaitu:

- a. Pemberian rating dengan angka 1,0 menunjukkan bahwa ini menjadi kelemahan utama perusahaan
- b. Pemberian rating dengan angka 2,0 menunjukkan bahwa ini menjadi kelemahan kecil perusahaan
- c. Pemberian rating dengan angka 3,0 menunjukkan bahwa ini menjadi kekuatan kecil perusahaan
- d. Pemberian rating dengan angka 4,0 menunjukkan bahwa ini menjadi kekuatan utama perusahaan

Berikut adalah analisis Faktor-faktor Kunci Sukses yang dinilai antara Senada Bertiga, thriftstore.jkt, dan thriftader

Tabel 3.2
Competitive Profile Matrix
Senada Bertiga

Faktor Kunci Sukses	Bobot	Senada Bertiga		Thriftstore.jkt		Thriftader	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Kualitas produk	0.49	3	1.47	4	1.96	4	1.96
Harga produk	0.22	4	0.88	2	0.44	3	0.66
Varian produk	0.20	3	0.60	4	0.80	2	0.40
Brand produk	0.09	2	0.18	3	0.27	4	0.36
TOTAL	1.00	12	3.13	13	3.47	13	3.38

Sumber : Senada Bertiga, 2022



Berdasarkan Tabel 3.2, didapatkan angka bobot sebesar 0.49 untuk kualitas produk; 0.22 untuk harga produk; 0.20 untuk varian produk; dan 0.09 untuk brand produk.

Setelah mendapatkan nilai bobot dari setiap faktor kunci sukses, selanjutnya memberikan peringkat kepada setiap merek usaha berdasarkan asumsi dan setiap asumsi yang di buat memiliki alasan mengapa diberikan peringkat tersebut.

Berdasarkan perhitungan pada tabel diatas, menunjukkan jika Senada Bertiga memiliki dua pesaing yaitu Thriftstote.jkt dan Thriftader. Senada Bertiga menempati urutan ketiga dengan nilai sebesar 3.13; lebih kecil dibanding Thriftstote.jkt yang menempati urutan pertama dengan nilai sebesar 3.47; dan di urutan ke dua ada Thriftader yang mendapatkan nilai sebesar 3.38. melalui analisis perhitungan CPM tersebut, maka didapatkan bahwa Senada Bertiga masih memiliki kelemahan di bagian brand karena usaha ini baru berdiri dan belum terkenal.

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal

menurut David (2017 : 251) “*The Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats (SWOT) Matrix is an important matching tool that helps managers develop four types of strategies: SO (strengths-opportunities) strategies, WO (weaknesses-opportunities) strategies, ST (strengths-threats) strategies, and WT (weaknesses-threats) strategies.*”

Yang memiliki arti Matrix SWOT adalah analisis yang dapat membantu manajer perusahaan dalam mengembangkan empat jenis strategi: strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), dan strategi WT (kelemahan-ancaman).

Strength menggambarkan kekuatan atau keunggulan internal yang dimiliki perusahaan, keunggulan tersebut bisa dari segi teknologi, *finance*, Sumber Daya Manusia, produksi, dan lain lain. Analisis *strength* dilakukan bukan hanya oleh usaha sendiri, tetapi perlu dilakukan terhadap perusahaan pesaing agar dapat dibandingkan dan pemilik usaha dapat mengetahui keunggulan apa yang lebih menonjol dari



usahanya sendiri. Sehingga dari keunggulan itu, perusahaan dapat berfokus pada kekuatan tersebut sebagai cara untuk memenangkan persaingan.

Weakness menggambarkan kelemahan atau kekurangan internal yang dimiliki oleh perusahaan. Diperlukan analisis untuk mencari tahu kelemahan dari perusahaan sendiri agar perusahaan dapat mengembangkan strateginya dan dapat meminimalisir setiap kelemahan yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dapat memposisikan diri di pasar persaingan.

Opportunities menggambarkan kesempatan atau peluang dari lingkungan eksternal perusahaan yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnis dan meningkatkan *profit*. Analisis peluang menjadi salah satu faktor untuk memenangkan persaingan. Analisis peluang membantu perusahaan dalam mencari peluang yang ada di pasar sehingga perusahaan lebih cepat menanggapi dan memanfaatkan peluang yang ada. Sehingga peluang untuk unggul dalam persaingan akan semakin besar.

Threat menggambarkan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan (ancaman dari suatu pasar). Analisis dalam melihat ancaman dapat membantu perusahaan mengetahui berbagai kemungkinan buruk yang akan terjadi dari suatu pasar ketika ingin menjalankan sebuah usaha. Dengan demikian, perusahaan sudah siap dalam menghadapi ancaman yang akan datang dan mampu diatasi.

Berikut adalah hasil analisis SWOT dari Senada Bertiga:

a. *Strength* (Kekuatan)

- 1) Menggunakan bahan yang berkualitas dengan harga yang sangat terjangkau serta menyertakan packaging yang menarik dan *free* produk sabun pencuci baju.
- 2) Melakukan promosi dengan memanfaatkan *finance technology* menjadi kekuatan bagi Senada Bertiga. Dengan memberikan promo-promo yang



menarik dalam pemesanan menggunakan jasa transportasi online. Sehingga dapat menjangkau konsumen lebih luas dengan kemudahan dalam membeli produk Senada Bertiga. Dan ini juga dapat memberikan keuntungan dari segi harga.

3) Memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen yang ingin memesan, dengan menganggap konsumen adalah raja. Sehingga menghasilkan *customer value* dan konsumen akan senang untuk terus memesan produk Senada Bertiga.

b. *Weakness* (Kelemahan)

1) Senada Bertiga adalah usaha baru yang merupakan usaha pertama yang dikelola saya selaku *owner*. Yang membuat pengalaman dalam menjalankan manajemen bisnis belum dapat dibandingkan dengan usaha pakaian lainnya yang sudah berjalan dan itu menjadi kelemahan bagi Senada Bertiga

2) Varian produk pakaian Senada Bertiga yang masih sedikit dibanding *brand* lainnya. Karena keterbatasan modal sehingga *cost* yang dikeluarkan tidak bisa terlalu banyak menjadi kelemahan bagi Senada Bertiga.

3) Karena usaha Senada Bertiga masih bersifat usaha baru / menjadi pendatang baru, membuat merek Senada Bertiga masih belum dikenal oleh orang-orang. Oleh karena itu *brand image* yang belum dikenal orang-orang menjadi kelemahan bagi Senada Bertiga

© 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.



c. *Opportunity* (Peluang)

- 1) Terdapat banyak anak muda yang ingin tampil modern dan kekinian. Dan juga dengan kemudahan berbelanja secara *online* di masa sekarang. Hal ini bisa menjadi peluang untuk membuka jasa katering.
- 2) Kondisi *pandemic Covid-19* yang masih belum pulih sepenuhnya, masih menyisahkan ketakutan masyarakat untuk beraktivitas secara penuh. Masih banyak masyarakat yang enggan pergi berbelanja secara onsite dan memilih membeli secara *online* dan itu menjadi peluang yang bagus untuk menjalankan usaha Senada Bertiga
- 3) Perkembangan *Technology* di era industri 4.0 telah mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas. Kemajuan *Finance Technology* dan promo-promo yang diberikan mengubah gaya hidup masyarakat menjadi lebih konsumtif dan tertarik untuk membeli pakaian melalui jasa transportasi online.
- 4) Kemajuan teknologi, membuat peredaran informasi menjadi lebih cepat dan luas bagi pengguna media sosial di Indonesia. Sehingga pemanfaatan media sosial sebagai media promosi bisa menjadi peluang untuk menjangkau masyarakat lebih luas.

d. *Threat* (Ancaman)

- 1) Usaha Senada Bertiga rentan dimasuki pendatang baru karena usaha ini tidak sulit untuk ditiru dan memerlukan modal yang relatif kecil.
- 2) Karena usaha ini masih bersifat baru, loyalitas konsumen masih belum terbentuk sehingga hal ini bisa menjadi ancaman bagi Senada Bertiga mengingat jumlah kompetitor di industri yang sama sangatlah banyak.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Tabel 3.3
Analisis SWOT Matrix

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Strength (S)	Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan bahan baku yang berkualitas 2. Melakukan promosi yang menarik secara online 3. Memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman usaha yang masih kurang 2. Varian produk yang masih sedikit 3. Brand image yang belum dikenal
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak anak muda yang ingin tampil kekinian dengan budget yang kecil 2. Pandemi Covid yang belum pulih sepenuhnya. 3. Perkembangan teknologi 4. Promosi dengan cakupan yang luas melalui media sosial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi kepada anak muda dilingkungan bisnis kami (S2,S3,O1) 2. Melakukan promosi melalui media sosial (S2,S3,O3,O4) 3. Bekerjasama dengan jasa transportasi online (S2,O2,O3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti seminar / class tentang mengelola bisnis untuk menambah wawasan, pengalaman dan jaringan (W1,W2,O1) 2. Mencari supplier dengan harga yang lebih bersahabat namun dengan kualitas produk yang bagus. (W2,O3) 3. Bekerja sama dengan <i>e-commerce</i> supaya merek dapat cepat dikenal (W3,O3)
Threat (T)	Strategi ST	Stategi WT

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



<p>1. Rentan dimasuki pendatang baru</p> <p>2. Loyalitas konsumen belum terbentuk</p> <p>3. mengingat banyaknya competitor</p> <p>Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>1. Melakukan strategi promosi dengan menonjolkan keunggulan usaha, agar siap menghadapi pendatang baru (S2,S4,T1)</p> <p>2. Memberikan reward kepada pelanggan setia untuk menciptakan customer loyalty (S2,S3,T2)</p>	<p>1. Membuat SOP seperti SOP produksi, SOP pelayanan konsumen) agar dapat menjaga kualitas (W1,T2)</p> <p>2. Gencar dalam melakukan promosi melalui media sosial agar menciptakan brand awareness (W3,T1)</p> <p>3. memberikan promo-promo / diskon agar konsumen tertarik untuk mencoba (W2,W3,T1,T2)</p> <p>4. sering mengikuti event-event pakaian untuk menjangkau konsumen yang lebih luas (W1,W3,T2)</p>
--	---	--

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sumber: Senada Bertiga, 2022

Berikut adalah penjelasan dari Analisis SO Matrix:

- SO1: Karna bisnis ini baru berdiri, jadi kami berusaha memasarkannya pada lingkungan bisnis kami seperti lingkungan pergaulan, keluarga, dan orang-orang dekat lainnya

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.



- SO2: Setelah itu kami dapat melakukan promosi di media sosial seperti Instagram atau TikTok, apalagi jika sudah ada orang-orang terdekat yang beli mereka bisa melakukan testimony produk kami di sosial media

- SO3: Kami juga dapat melakukan kerja sama dengan *e-commerce* seperti memberikan voucher cashback atau voucher gratis ongkir

Berikut adalah penjelasan dari Analisis ST Matrix:

- ST1: Kami dapat melakukan strategi promosi yang menarik, persuasive, dan menonjolkan produk kami di sosial media supaya calon pelanggan tertarik untuk membelinya

- ST2: Jika usaha Senada Bertiga ini semakin maju dan bertumbuh, saya akan membuat sistem loyalty tiket untuk mendapatkan promo menarik bagi para pelanggan

Berikut adalah penjelasan dari Analisis WO Matrix:

- WO1: Karena ini merupakan usaha pertama yang saya bangun, maka dari itu untuk dapat mengembangkannya saya dengan tim Senada Bertiga dapat mengikuti kursus atau seminar tentang mengelola bisnis baru untuk menambah ilmu dan wawasan

- WO2: Dengan sudah berkembangnya teknologi kami dapat memanfaatkannya untuk mencari supplier yang lebih murah dan dapat menambah varian baju kami

- WO3: Jaman sekarang banyak masyarakat yang suka scroll *e-commerce* seperti Shoppe salah satunya, dengan begitu kami dapat memposting produk kami di media tersebut supaya banyak orang yang liat dan aware akan produk Senada Bertiga

Berikut adalah penjelasan dari Analisis WT Matrix:

- WT1: Supaya kualitas dapat tetap terjaga, kami juga akan membuat standar kualitas baju yang dapat di jual supaya akan terus teringat di benak konsumen

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

WT2: Rutin dalam melakukan promosi di media sosial karena sekarang ini media sosial sudah sangat melekat dengan masyarakat, khususnya TikTok, orang bisa menghabiskan waktu hanya dengan scroll timeline TikTok

WT3: Dengan memberikan promo seperti contohnya beli 1 gratis 1 mungkin dengan begitu konsumen akan tertarik untuk membeli

WT4: Dapat juga mengikuti *event* seperti bazaar di mall, supaya semakin luas menjangkau konsumen dengan dapat melihat produk kami secara langsung

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.