



BAB III

ANALISIS INDUSTRI PESAING



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.1 Tren dan Pertumbuhan Industri

Memulai sebuah bisnis adalah sebuah langkah awal yang harus dilakukan dengan kehati-hatian. Pada umumnya untuk memulai suatu bisnis, seseorang harus melakukan analisis pasar terlebih dahulu untuk mengetahui beberapa informasi awal, misalnya tren yang terjadi saat ini, besarnya potensi pasar, peta persaingan dan apakah usaha yang dipilih ini dapat diterima oleh masyarakat sekitar. Potensi pertumbuhan pasar dipengaruhi oleh faktor tren dan permintaan konsumen yang terus meningkat setiap waktu.

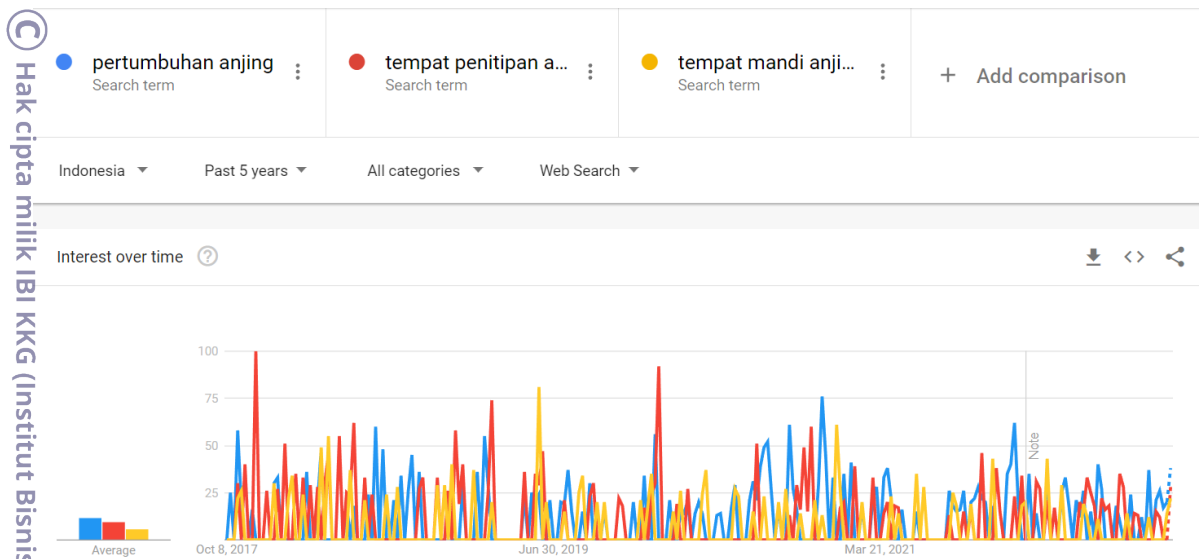
Keputusan Penulis untuk memulai bisnis April Dog House banyak dipengaruhi oleh pandemi Covid-19 yang muncul pada pertengahan tahun 2020. Karena pandemi ini nyaris tidak berkesudahan, masyarakat menjadi jenuh ketika pemerintah melakukan mini lockdown atau Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang juga berjilid-jilid.

Berdasarkan hasil Google Trends pertumbuhan anjing di Indonesia 5 (lima) tahun terakhir dari tahun 2017 – 2022. Intensitas masyarakat Indonesia terhadap pertumbuhan anjing, tempat penitipan anjing (*hotels*), dan tempat mandi anjing (*grooming*) mengalami peningkatan.

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 Google Trends 5 Tahun Terakhir



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.2 Analisis Pesaing

Persaingan adalah sebuah esensi yang tidak terhindarkan dalam sebuah bisnis. Satu hal yang harus dipertimbangkan oleh pemilik bisnis adalah apakah siap bertarung dalam Red Ocean atau sebaliknya, bermain aman di Blue Ocean. Penulis menilai bahwa bisnis terkait hewan peliharaan adalah sebuah Blue Ocean dimana terdapat banyak usaha sejenis/pesaing, tetapi kondisi pasar masih kondusif karena tidak terjadi perang harga. Oleh karena itu Penulis akan menjalankan bisnis ADH dengan mengedepankan kreativitas dan inovasi agar dapat menarik lebih banyak pelanggan.

Analisis pesaing adalah area analisis strategis yang mengkhususkan diri dalam mengumpulkan dan menganalisis informasi tentang perusahaan pesaing. Analisis pesaing wajib dilakukan agar mudah mengidentifikasi Kelebihan (Strength) dan Kekurangan (Weakness) dari pesaing-pesaing yang ada.

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 Identifikasi Kelebihan dan Kelemahan Pesaing

| Pesaing | Kelebihan | Kekurangan |
|--|---|---|
| VRDnal Pet Shop Kelapa Gading | <ol style="list-style-type: none"> Sudah lebih dikenal oleh masyarakat <i>One stop service</i> | <ol style="list-style-type: none"> Harga yang di tawarkan relatif lebih mahal Desain <i>layout</i> kurang menarik, terlihat acak-acakan |
| Petshop Indonesia Kelapa Gading | <ol style="list-style-type: none"> Sudah lebih dikenal oleh masyarakat Mempunyai jaringan yang luas, banyak cabang Memiliki website resmi <i>One stop service</i> | <ol style="list-style-type: none"> Harga yang ditawarkan relatif lebih mahal Design <i>layout</i> kurang menarik |

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.3 Analisis PESTEL

Analisis PESTLE (*Politics, Economic, Social, Technology, Legal, Environment*) adalah metode analisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi suatu organisasi.

a. Politik

Aspek politik berhubungan erat dengan pemerintah dan negara. Dalam suatu negara yang kondisi politiknya kondusif, dapat dipastikan dunia usaha akan berjalan dengan baik sehingga banyak bisnis yang akan berkembang. Sebaliknya, di negara yang kondisi politiknya tidak stabil, investor tidak tertarik untuk menanamkan modalnya karena khawatir investasinya akan terancam ketidakstabilan politik tersebut.

Menilik situasi politik di Indonesia saat ini, terdapat kecenderungan tensi politik yang mulai memanas karena mendekatnya Tahun Politik, yaitu Pilpres 2024. Partai-partai politik mulai menjalankan mesin-mesin partai yang bertujuan untuk meningkatkan elektabilitas calon presiden dari masing-masing

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.



partai. Akan tetapi bercermin dari pilpres-pilpres terdahulu, Penulis menilai bahwa memulai sebuah bisnis tidak bisa menunggu sebuah kondisi yang ideal. Itulah sebabnya Penulis tetap ingin mendirikan April Dog House saat ini karena meyakini saat ini adalah saat yang terbaik untuk memulai bisnis apa pun, termasuk bisnis terkait dengan anabul.

a. Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi suatu negara berhubungan erat dengan suku bunga, nilai tukar, inflasi, dll. Kondisi ekonomi global sangat terpukul oleh pandemi Covid-19 sehingga menyebabkan banyak kesulitan bagi negara-negara di dunia ini. Negara besar dan kecil, negara maju dan berkembang semua mengalami kemunduran ekonomi karena hebatnya serangan Covid-19. Tingkat penularan dan kematian yang sangat tinggi menyebabkan banyak negara harus menerapkan pembatasan kegiatan masyarakat, bahkan dalam beberapa kasus ekstrim dilakukan *lock down*. Berkurangnya kegiatan mengakibatkan banyak pabrik dan bisnis menutup kegiatannya sehingga pada akhirnya banyak pekerja yang mengalami PHK.

Di sisi lain terdapat golongan masyarakat yang lebih mapan yang memiliki ketahanan ekonomi yang lebih tinggi sehingga tidak terlalu terpengaruh oleh Covid-19. Golongan inilah yang di saat Covid-19 melanda, harus melakukan pekerjaan secara daring yang disebut sebagai WFH. Hal ini membuat masyarakat merasa jenuh karena harus terus berada di rumah saja. Selanjutnya muncul tren baru dimana banyak sekali dari mereka yang tadinya tidak memiliki binatang peliharaan, terutama anjing, saat Covid-19 melanda justru membeli/mengadopsi anjing untuk menjadi pelepas stres. Oleh karena itu

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

dapat disimpulkan bahwa kondisi ekonomi pasca Covid-19 akan membuka peluang yang besar bagi bisnis penulis, yaitu April Dog House.

b. Sosial

Aspek sosial berhubungan dengan perilaku masyarakat, sikap dan nilai yang dianut oleh masyarakat itu sendiri. Aspek sosial ini ada yang bersifat yang statis, tetapi juga yang bersifat dinamis karena dapat mengalami perubahan setiap waktu. Seperti halnya memelihara hewan peliharaan, saat ini ada kecenderungan masyarakat untuk memilikinya, terutama anjing, baik dengan cara membeli atau mengadopsi.

Ada banyak pilihan jenis anjing yang bisa diperoleh saat ini dengan harga yang sangat bervariasi. Kisaran harga yang mencapai puluhan hingga ratusan juta rupiah untuk seekor anak anjing tidak menjadi penghalang bagi para penggemar anjing. Mereka yang memiliki uang tidak terlalu peduli dengan harga, utamanya adalah mereka bisa mendapatkan anjing yang mereka inginkan. Keberadaan seekor anjing yang disebut sebagai teman setia manusia, akan membuat rumah pemiliknya menjadi lebih dinamis.

April Dog House berusaha menangkap peluang yang ada dengan mengedepankan kualitas jasa (*grooming* dan *hotel*) dan produk (anak anjing). Walaupun sudah banyak bisnis sejenis, Penulis yakin bahwa penambahan jumlah pemilik anjing dan dengan diferensiasi yang tepat, April Dog House akan dapat meraih pangsa pasar yang lumayan besar.

© 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. Teknologi

Dalam proses pengembangan usaha, aspek Teknologi merupakan faktor pendukung yang sangat krusial. Dalam era industri 4.0, teknologi menjadi hal yang sangat penting dimana teknologi memberikan dampak yang luas bagi masyarakat dan perusahaan. Teknologi sangat berguna karena dapat memudahkan kita dalam mendapatkan solusi atas masalah yang dihadapi.

Saat ini pemasaran secara *online* sudah menjadi kebutuhan utama bagi para pelaku bisnis apa pun sehingga usaha yang mengabaikan pemasaran *online* akan mengalami kesulitan untuk menjalankan dan mengembangkan bisnisnya. April Dog House juga akan memanfaatkan kehadiran teknologi, terutama dalam hal mempromosikan atau memberikan penawaran lewat sosial media (Instagram).

d. Lingkungan

Aspek lingkungan berhubungan dengan lingkungan sekitar. Setiap pemilik bisnis wajib menjaga kebersihan dan keamanan lingkungan dimana bisnisnya berada. Dalam hal ini, April Dog House akan selalu menjaga lingkungan sekitar dengan menerapkan prinsip eco-friendly, yaitu hanya menggunakan produk-produk yang ramah lingkungan. Selain itu April Dog House juga tidak banyak menggunakan plastik, membuang limbah kotoran atau sampah dengan patut, dan tentunya tetap menjaga lingkungan sekitar agar tetap hijau.

e. Hukum

Aspek hukum adalah sebuah mekanisme yang mengatur kegiatan antar manusia maupun antar lembaga. Agar sebuah bisnis dapat menjadi bagian dari sebuah komunitas bisnis, maka dalam menjalankan bisnisnya setiap pebisnis



wajib untuk menjalankan dan mentaati semua perundangan dan peraturan yang berlaku. Sebelum menjalankan bisnis, misalnya harus membuat Nomor Induk Berusaha (NIB). April Dog House akan terus menjunjung tinggi semua peraturan yang ada agar dapat menjalankan bisnis dengan lancar tanpa hambatan apa pun.

Tabel 3.2 Analisis PESTEL April Dog House

| Politik | Ekonomi | Sosial | Teknologi | Lingkungan | Hukum |
|--|--|--|---|---|---|
| Menjelang Tahun Politik 2024, banyak pengusaha mengambil sikap wait & see, tetapi bisnis terkait hewan peliharaan (anjing) terus bermunculan | Covid-19 telah menimbulkan tren baru yaitu memelihara anjing dan inilah peluang yang Penulis manfaatkan. | Orang Indonesia memiliki kecenderungan untuk selalu mengikuti tren, demikian juga dalam hal memelihara anjing. | Teknologi merupakan faktor pendukung bisnis yang sangat penting. ADH akan menggunakan teknologi untuk membantu promosi dan pemasaran. | Kepedulian terhadap lingkungan menjadi bagian dari bisnis ADH yaitu mengurangi penggunaan plastik dan selalu menjaga kebersihan lingkungan. | ADH akan menjalankan bisnis sesuai dengan koridor hukum yang berlaku. |

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

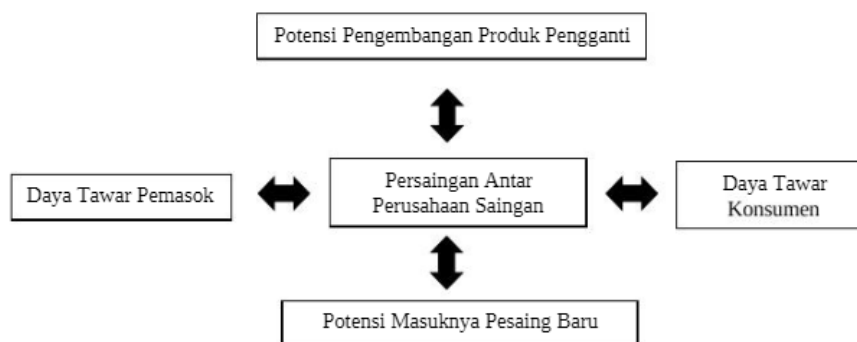
Menurut David & David (2017:229), Porter's Five Forces adalah pendekatan kompetitif yang secara luas digunakan untuk mengembangkan strategi di banyak industri.

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

Hak Cipta Dilindungi

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

Gambar 3.2 5 Porter's Five Forces Analysis



Sumber : David & David (2017:229), Strategic Management

Berikut ini adalah analisis Porter's Five Forces dari April Dog House:

a. Ancaman Pesaing Baru

Usaha *grooming* dan tempat penitipan anjing mengalami peningkatan pesat, terutama di kota-kota besar di seluruh Indonesia. Di Jakarta, semakin banyak, pendatang baru bisa yang membuat usaha sejenis karena rendahnya *barrier of entry*. Sebagai pendatang baru April Dog House harus dapat memikat pelanggan dengan diferensiasi pada layanan.

b. Daya Tawar Pemasok

Pemasok mempunyai peran penting bagi perusahaan karena mempengaruhi intensitas persaingan di dalam industry. Pemasok memberikan material untuk perusahaan, dari barang mentah lalu olah di menjadi sebuah produk dan dapat diperjual belikan kepada konsumen.

Menjalin relasi dalam menjalankan usaha sangat penting. Perusahaan dan pemasok harus memiliki hubungan yang baik dan dapat menguntungkan satu sama lain. Menjalin lebih dari 1 (satu) relasi akan memberikan keuntungan lebih, contohnya: memiliki lebih banyak alternatif yang cukup

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



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



banyak untuk memilih sesuai kebutuhan dan dapat mendapatkan harga beli yang lebih murah.

c. Daya Tawar Konsumen

Pembeli mempunyai peran penting. Pembeli pasti akan melihat apakah produk dan jasa yang ditawarkan berkualitas sesuai dengan harga dan kenyamanan yang diberikan.

Sebagai usaha penyedia jasa grooming dan tempat penitipan hewan. April Dog House harus dapat memberikan pelayanan yang dapat dijangkau untuk semua kalangan. Lalu agar usaha bisa berjalan dengan baik dan berkesinambungan maka April Dog House harus menciptakan ketergantungan konsumen atau pelanggan kepada April Dog House.

d. Ancaman Produk Pengganti

Produk pengganti sekarang ini adalah teknologi. Dimana sekarang ini sudah banyak pekerjaan manusia digantikan oleh robot. Perkembangan teknologi sekarang ini juga banyak menghadirkan produk-produk inovasi baru. Biasanya produk-produk baru tersebut lebih di lirik oleh masyarakat dibandingkan dengan produk yang sudah lama berada di pasar.

Terkait dengan teknologi, April Dog House akan mencoba menggunakan peralatan yang terkini, tetapi dengan harga yang terjangkau. April Dog House harus tetap memperhatikan jumlah investasi yang dikeluarkan agar harga jual jasa masih bisa bersaing dengan pebisnis lain.

e. Persaingan Antar Perusahaan Pesaing

Bisnis grooming dan penitipan hewan saat ini menjadi salah satu bisnis dengan persaingan yang dapat dibidang cukup tinggi. Hal ini

disebabkan maraknya orang yang memelihara anabul semenjak pandemi COVID-19 terutama di wilayah DKI Jakarta.

© 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 (Competitive Profile matrix/CPM)

Menurut David & David (2017:236), “*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weakness in relation to a sample firm’s strategic*”. Analisis Competitive Profile Matrix (CPM) mengidentifikasi pesaing-pesaing utama perusahaan serta kekuatan dan kelemahan pesaing terkait dengan posisi strategis perusahaan. Matriks dapat membantu perusahaan dalam membandingkan keunggulan tiap perusahaan. Analisis CPM menggunakan sistem bobot dan rating pada setiap faktor kunci yang dimiliki oleh perusahaan.

a. Critical Success Factors (CSF)

Critical Success Factors dapat menjadi faktor penentu keberhasilan untuk memudahkan calon pebisnis melakukan pembahasan secara menyeluruh yang mencakup pembahasan internal dan eksternal perusahaan. *Critical Success Factors* digunakan juga untuk mengevaluasi daftar kandidat seperti yang ada di tabel 3.1 untuk menemukan unsur-unsur penting secara terperinci.

b. Rating

Rating dalam CPM mempengaruhi pada seberapa baik suatu perusahaan terhadap CSF dan sebaliknya. Semakin tinggi skornya, maka akan semakin baik respon bagi perusahaan. Skor berkisar dari angka 4 sampai angka 1, di mana 4 = sangat kuat, 3 = kuat, 2 = lemah, 1 = sangat





lemah. *Rating* kemudian dikalikan dengan *weight* yang sudah ditetapkan sehingga bisa dilihat apakah suatu perusahaan dapat bersaing atau tidak.

Semakin tinggi *Total Score* nya berarti semakin unggul

c. Weight

Bobot suatu keberhasilan dimulai dari angka 0,0 (sangat tidak penting) hingga angka 1,0 (sangat penting). Ketika total di angka tersebut harus relevan dengan 1,00. Apabila jumlah bobot melebihi 1,00 maka perhitungan keberhasilan dianggap tidak valid.

d. Total Weight Score

Total Weight Score merupakan total dari keseluruhan bobot yang dikalikan dengan peringkat. Setiap perusahaan akan memperoleh nilai dari setiap faktor, nilai tersebut akan dijumlah dan menghasilkan *total score*. Jika satu perusahaan mendapatkan nilai score yang tertinggi, maka berarti perusahaan tersebut lebih kuat dibandingkan dengan pesaingnya.

Tabel 3.3 Hasil Penilaian Kuesioner CPM April Dog House

| Critical Success Factor | Weight | April Dog House | | Petshop Indonesia | | VRDnal Pet Shop | |
|-------------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------|-------------|-----------------|-------------|
| | | Rating | Score | Rating | Score | Rating | Score |
| Fasilitas | 0.19 | 4 | 0.77 | 3 | 0.58 | 3 | 0.58 |
| Kebersihan | 0.13 | 3 | 0.38 | 3 | 0.38 | 3 | 0.38 |
| Harga | 0.17 | 4 | 0.69 | 3 | 0.52 | 3 | 0.52 |
| Pelayanan | 0.14 | 3 | 0.41 | 3 | 0.41 | 3 | 0.41 |
| Lokasi Usaha | 0.23 | 3 | 0.70 | 4 | 0.93 | 4 | 0.93 |
| Kualitas | 0.14 | 3 | 0.42 | 4 | 0.56 | 3 | 0.42 |
| TOTAL | 1.00 | | 3.36 | | 3.37 | | 3.23 |

Hasil analisis Competitive Profile Matrix berdasarkan tabel 3.3 di atas, total skor tertinggi diduduki oleh Petshop Indonesia sebesar 3,37 lalu diikuti oleh April Dog House sebesar 3,36, serta VRDnal Pet Shop sebesar 3,23. Nilai yang dihasilkan April Dog berada di posisi kedua karena April Dog House merasa usaha kami masih

© 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.



baru sulit untuk bisa melebihi pesainhnya yang sudah terjun terlebih dahulu.

- Walaupun demikian April Dog House merasa sedikit lebih unggul dibandingkan pesaingnya karena fasilitas yang diberikan lebih baik dan harga yang lebih terjangkau.

Bedasarkan perhitungan pada tabel di atas, angka yang tetera di Tabel 3.3 menjelaskan kelebihan dan kelemahan dari masing-masing perusahaan.

a. Fasilitas

Jika lihat di dari tabel 3.3 dimana score fasilitas dari April Dog House lebih tinggi daripada pesaingnya, hal tersebut disebabkan oleh:

- 1) Kandang yang disediakan lebih luas
- 2) Pendingin ruangan / AC yang lebih sejuk
- 3) Fasilitas premium dengan CCTV agar pemilik anabul dapat berinteraksi
- 4) Tempat mandi anabul yang lebih besar
- 5) Ruang tunggu khusus pelanggan yang nyaman

b. Kebersihan

Kebersihan mendapatkan rating yang sama besarnya yaitu angka 3 (tiga) karena bedasarkan survey yang dilakukan oleh penulis, tidak bisa 100% bersih, karena bulu, debu, dsb.

c. Harga

Rating harga dari April Dog House yaitu di angka 4 (empat) karena April Dog House memberikan harga yang lebih terjangkau dan hanya memberikan 2 jenis harga berbeda, 1 (satu) untuk anjing ukuran kecil dan 1 (satu) untuk anjing ukuran lebih besar. Penulis sudah melakukan survey untuk kedua pesaing, dimana harga grooming hanya mencakup mandi saja, kalau mau potong bulu/kuku itu ada biaya tambahan yang harus dikeluarkan.

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.



d. Pelayanan

Pelayana menurut Kotler (2018:85), pelayanan adalah setiap Tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dari hasil survei yang sudah dilakukan oleh penulis, pelayanan mendapatkan rating 3,

e. Lokasi Usaha

Lokasi usaha dari 3 perusahaan memiliki perbedaan dimana, untuk lokasi dari April Dog House di daerah perumahan, sedangkan Petshop Indonesia dan VRDnal Pet Shop berada di bulevard. Tentu saja yang lokasi berada di bulevard akan lebih gampang di cari daripada di dalam perumahan.

f. Kualitas

Dari segi kualitas semua nya sama hanya mendapatkan rating 3 karena dari survey, penulis merasa kualitas yang dimiliki pasti ada kurang lebihnya. Maka itu menjadi sebab penulis tidak menyempurnakan dengan memberi rating empat. Kualitas puppy

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal & Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT menurut Fred R. David (2017:251) adalah cara perusahaan untuk membantu melakukan analisis usaha dengan merumuskan strategi SO (*Strength - Opportunity*), WO (*Weakness - Opportunity*), ST (*Strengths - Threats*) dan WT (*Weakness - Threat*). Berikut ini adalah analisis SWOT yang digunakan dalam rangka merumuskan strategi bisnis April Dog House:

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



a. Strengths (Kekuatan)

1) Harga lebih terjangkau dibandingkan pesaing

April Dog House akan menerapkan strategi harga yang lebih terjangkau dari para pesaing, tetapi tidak berarti harga yang terlalu murah sehingga harus mengorbankan kualitas. April Dog House juga hanya memiliki 2 tarif yang berbeda untuk Grooming anjing yaitu S untuk anjing ukuran kecil (max 7 kg) dan L untuk anjing besar (> 7kg).

2) Fasilitas dan kebersihan

Dalam rangka mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kepuasan pelanggan, April Dog House akan memberikan fasilitas yang lengkap dan kebersihannya terjamin. Penulis menyadari bahwa bukan kemewahan fasilitas yang dibutuhkan oleh pelanggan, melainkan fasilitas yang terawat baik dan bersih.

3) Pelayanan yang baik

Untuk menjaga kepuasan pelanggan, April Dog House akan selalu memberikan pelayanan yang baik agar pelanggan puas dan akan kembali lagi.

b. Weakness (W) / Kelemahan

1) Lokasi usaha

Lokasi usaha April Dog House berada di dalam perumahan sehingga memiliki keterbatasan akses dan harus ada sedikit usaha ekstra untuk mencarinya.

2) Belum dikenal oleh publik

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.



April Dog House adalah usaha yang baru dirintis sehingga belum dikenal secara luas. Oleh karena itu April Dog House memerlukan usaha ekstra untuk memperkenalkannya secepat mungkin, baik secara online maupun offline.

c. Opportunities (O) / Peluang

1) Pemilik anjing semakin bertambah

Pemilik anjing mengalami penambahan yang cukup signifikan selama Pandemi Covid 19. Hal ini menciptakan peluang bagi pemilik usaha hewan peliharaan, yaitu pet shop. April Dog House pun mencoba menangkap peluang yang ada untuk memberikan jasanya.

2) Munculnya komunitas pecinta anjing

Komunitas pecinta anjing merupakan potensi konsumen karena kekuatan dari jaringan yang mereka miliki. Apabila salah satu anggota komunitas pernah menitipkan anabulnya di April Dog House, dapat dipastikan pelanggan tersebut akan memberikan promosi via *Word of Mouth* kepada anggota komunitas lainnya tentang pelayanan dan kenyamanan dari April Dog House.

3) Perkembangan teknologi

Perkembangan teknologi menyediakan fasilitas bagi April Dog House untuk mempermudah sekaligus mempercepat proses booking, konsultasi, membeli barang dll, tanpa harus menunggu lama.

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. Threats (T) / Ancaman

1) Pemain lama yang sudah lebih dikenal

Pet shop yang sudah lama beroperasi pastinya sudah lebih dikenal dan merupakan ancaman terbesar bagi April Dog House yang merupakan pemain baru.

2) Hadirnya kompetitor baru karena rendahnya *barrier of entry*

Bisnis *pet shop* sedang menjamur sehingga setiap saat terjadi penambahan. April Dog House harus terus mempertahankan level of servicenya agar selalu menjadi pilihan utama bagi para pecinta anabul.

Tabel 3.4 Matriks SWOT April Dog House

| | | |
|---|---|--|
| Internal | Strengths (S) | Weakness (W) |
| | <ol style="list-style-type: none"> Harga lebih terjangkau dibandingkan pesaing Fasilitas dan kebersihan Pelayanan yang baik | <ol style="list-style-type: none"> Lokasi usaha Belum dikenal oleh publik |
| Eksternal | SO Strategy | WO Strategy |
| <p>Opportunity (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> Pemilik anjing semakin bertambah Maraknya komunitas pecinta anjing Perkembangan teknologi | <ol style="list-style-type: none"> Menawarkan produk dan jasa kepada komunitas (S1, S2, S3, S4, O2) Mempromosikan bisnis April Dog House via digital marketing (S1, S2, S3, S4, O3) | <ol style="list-style-type: none"> Melakukan upaya digital marketing secara intensif (W1, W2, O3) Aktif mengikuti acara yang diadakan oleh komunitas penggemar anabul (W1, W2, O2) |
| Threats (T) | ST Strategy | WT Strategy |
| <ol style="list-style-type: none"> Pemain lama yang sudah lebih dikenal | <ol style="list-style-type: none"> Menjaga kualitas layanan (S3, T1, T2) | <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan <i>awareness</i> agar lebih dikenal (W1, W2, T1) |

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

| | | |
|--|--|--|
| 2. Hadirnya kompetitor baru (rendahnya barrier of entry) | 2. Menjaga komunikasi yang baik (S4, T1, T2) | |
|--|--|--|

Sumber: April Dog House

Dari analisis SWOT di atas, diperoleh gabungan 4 strategi internal dan eksternal. Strategi Internal = Kekuatan dan Kelemahan (*Strength and Weakness*) dan Strategi Eksternal = Peluang dan Ancaman (*Opportunity and Threat*). Strategi tersebut masing-masing sudah digabungkan dan memberikan strategi bagi perusahaan dalam menghadapi suatu masalah. Strategi-strategi tersebut ialah sebagai berikut:

Hak cipta milik: IBI KIK (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.





a. SO strategy

1) Menawarkan produk dan jasa kepada komunitas (S1, S2, S3, S4, O2)

April Dog House menawarkan produk dan jasa kepada komunitas dengan fasilitas dan pelayanan yang prima, tetapi dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan para pesaing.

2) Mempromosikan bisnis April Dog House via digital marketing (S1, S2, S3, S4, O3)

April Dog House akan memperkenalkan bisnisnya via digital marketing dengan menonjolkan perbedaan dan keunikan yang ditawarkan oleh April Dog House yaitu kenyamanan, kebersihan dan kelayakan tempat untuk anabul.

b. WO strategy

1) Melakukan usaha pemasaran via digital marketing secara insentif (W1, W2, O3)

April Dog House harus bekerja keras untuk memperkenalkan bisnisnya karena faktor bisnis yang masih baru dan faktor lokasi yang berada di dalam kompleks perumahan.

2) Aktif mencari pemilik anabul anggota komunitas dengan mengikuti acara-acara yang diadakan oleh komunitas penggemar anabul (W1, W2, O2)

c. ST strategy

1) Menjaga kualitas layanan (S3, T1, T2)

April Dog House akan mengedepankan faktor kualitas layanan di tengah kepeungan pet shop lama maupun yang baru dibuka.

2) Menjaga komunikasi yang baik (S4, T1, T2)

April Dog House yang dimotori oleh Penulis akan menjaga komunikasi dengan para pelanggan agar tingkat kepuasan pelanggan selalu terjaga.

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



d. WT strategy

1) Meningkatkan *awareness* agar lebih dikenal

Penulis perlu mengatasi kelemahan yang ada dengan selalu meningkatkan *awareness* akan keberadaan April Dog House agar lebih dikenal (W1, W2, T1).

Tabel 3.5 Analisis Faktor Internal (IFE)

| NO | Faktor Internal | BOBOT | RATING | SCORE |
|------------------------------------|---|-------------|--------|-------------|
| Kekuatan | | | | |
| 1 | Harga lebih terjangkau dibandingkan pesaing | 0.19 | 4.00 | 0.78 |
| 2 | Fasilitas dan kebersihan | 0.21 | 4.00 | 0.85 |
| 3 | Pelayanan yang baik | 0.22 | 3.50 | 0.76 |
| TOTAL | | 0.63 | | 2.40 |
| Kelemahan | | | | |
| 1 | Lokasi Usaha | 0.19 | 2.00 | 0.39 |
| 2 | Belum dikenal oleh publik | 0.18 | 1.50 | 0.27 |
| TOTAL | | 0.37 | | 0.66 |
| Total Faktor Internal (IFE) | | 1.00 | | 3.05 |

Tabel 3.6 Analisis Faktor Eksternal (EFE)

| NO | Faktor Eksternal | BOBOT | RATING | SCORE |
|-------------------------------------|--|-------------|--------|-------------|
| Peluang | | | | |
| 1 | Pemilik anjing semakin bertambah | 0.19 | 3.00 | 0.58 |
| 2 | Maraknya komunitas anjing | 0.21 | 3.00 | 0.63 |
| 3 | Perkembangan teknologi | 0.21 | 3.00 | 0.64 |
| TOTAL | | 0.62 | | 1.85 |
| Ancaman | | | | |
| 1 | Pesaing lama yang sudah lebih dikenal | 0.19 | 1.75 | 0.33 |
| 2 | Hadirnya kompetitor baru dalam bisnis serupa | 0.20 | 1.00 | 0.20 |
| TOTAL | | 0.38 | | 0.52 |
| Total Faktor Eksternal (EFE) | | 1.00 | | 2.37 |

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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