



BAB III : ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

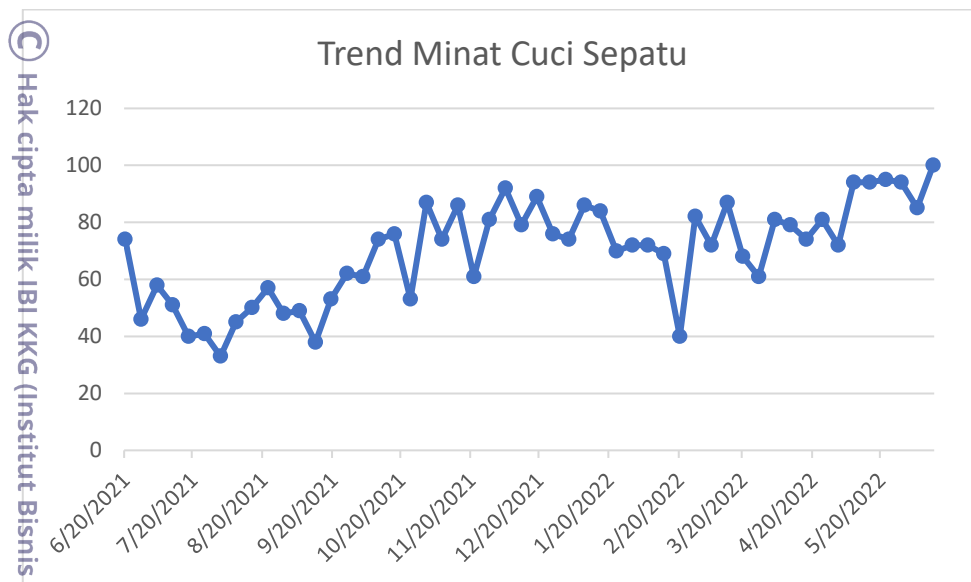
Sebelum memutuskan untuk memulai usaha, pemilik perlu melakukan analisis dari bidang usaha yang akan di jalankan, karena setiap jenis usaha memiliki karakteristik dan tingkat kesulitan yang berbeda. Dengan melakukan analisis yang baik, pemilik usaha dapat mengetahui besar-kecilnya peluang untuk bidang bisnis tersebut serta kondisi pesaing dan pasar yang akan dihadapi. Analisis ini dapat mempermudah pemilik untuk mempersiapkan usaha-nya dengan matang, serta dapat memilih strategi yang terbaik untuk menjalankan usaha agar mencapai kesuksesan yang di inginkan.

3.1 *Trend* dan Pertumbuhan Industri

Menekuni sebuah usaha, seorang usahawan perlu mengerti secara mendalam mengenai *trend* dan pertumbuhan industri dari usaha yang sedang di jalani. Melansir dari Kompas Lifestyle, peningkatan *trend sneakers* dan *street wear* sekarang ini diprediksi akan meningkat khususnya untuk 5 tahun ke depan. *Street wear* bisa di katakana menjadi primadona gaya hidup kebanyakan masyarakat modern saat ini. Termasuk *sneakers*, alas kaki yang fleksibel untuk digunakan di berbagai kesempatan.” lifestyle.kompas.com. Saat ini pertumbuhan industri di bidang cuci sepatu cukup baik dan signifikan, kemajuan pesat tersebut juga di dukung oleh perkembangan sosial media serta *e-commerce* yang ikut berkembang pesat yang berdampak baik bagi seluruh UMKM yang baru bermunculan dan khususnya usaha cuci sepatu ini.



Tabel 3.1 Trend Minat Cuci Sepatu di Indonesia (Juni 2021 – Juni 2022)



Sumber: Google Trends, diakses 8 Juni 2022

<https://trends.google.com/trends/explore?q=cuci%20sepatu&geo=ID>

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa peningkatan minat cuci sepatu mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu. Memang mengalami penurunan pada saat bulan Juni 2021 hingga Agustus 2021, tetapi mengalami kenaikan yang cukup stabil hingga Mei 2022.

3.2 Analisis Pesaing

Pada persaingan usaha *laundry* ini jumlah pesaing masih terbilang sedikit, hal ini disebabkan beberapa faktor, salah satu penyebab terbesar sedikitnya pesaing adalah dampak dari pandemi COVID-19 di Indonesia yang menyebabkan penurunan daya beli masyarakat serta daya dalam membuka usaha di masa seperti ini, kemudian juga disebabkan oleh kurangnya pengetahuan yang mendalam terhadap jenis-jenis sepatu dan bagaimana cara merawat sepatu-sepatu tersebut.



Untuk dapat bersaing dengan kompetitor yang ada diperlukan analisis yang baik terhadap kompetitor, dalam analisis ini mencakup kelebihan dan kekurangan pesaing, proses produksi, harga dan pemasaran.

Kali ini penulis telah melakukan survei terhadap pesaing dari bisnis yang penulis jalankan. Berikut adalah penjelasan mengenai kelebihan serta kekurangan yang di miliki oleh masing-masing pesaing.

Tabel 3.2 Identifikasi Kelebihan dan Kekurangan Pesaing

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Shoes and Care	1. Kualitas hasil sangat baik 2. Variasi layanan sangat beragam 3. Sudah dikenal luas	1. Waktu pengerjaan yang terbilang lama 2. Harga yang cukup tinggi
Tjoetji Sepatoe	1. Lokasi yang sangat strategis 2. Kualitas layanan yang sangat baik	1. Tidak melayani transaksi online 2. Waktu pengerjaan sangat lama 3. Harga yang sangat mahal

Sumber: Observasi Penulis, 2022

3.3 Analis PESTEL

PESTEL merupakan sebuah analisis dalam menentukan strategi dengan menganalisis lingkungan eksternal yang terdiri dari Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, dan Legal. Analisis PESTEL ini diperlukan untuk menangani jika terjadi masalah dari lingkungan eksternal yang tidak bisa dikendalikan oleh pemilik usaha.

Penulis telah menganalisis seluruh faktor tersebut dengan tujuan mengidentifikasi peluang dan ancaman bagi usaha penulis. Berikut adalah analisis PESTEL dari *Holy Shoe Cleaner*.

a. *Politik* (Politik)



Faktor politik merupakan salah satu faktor yang perlu di perbaikan dan di pikirkan matang-matang dalam menjalankan usaha. Aspek yang perlu diperhatikan meliputi kebijakan-

kebijakan pemerintah terkini, kestabilan politik di Indonesia dan lain-nya. “Oleh sebab itu, Pemerintah berupaya menyediakan sejumlah stimulus melalui kebijakan restrukturisasi pinjaman, tambahan bantuan modal, keringanan pembayaran tagihan listrik, dan dukungan pembiayaan lainnya,” (sumber: Ekon, diakses pada 8 Juni 2022 <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2939/dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar-pulih-di-masa-pandemi>).

Hal ini merupakan peluang bagi *Holy Shoe Cleaner*, faktor ini sangat penting karena khusus-nya di era pemerintahan saat ini sangat mendukung dan mempermudah bagi pengusaha UMKM untuk dipinjamkan tambahan modal. Upaya pemerintah untuk mendorong berkembangnya UMKM saat ini sangat membantu berjalannya *Holy Shoe Cleaner*.

b. Economy (Ekonomi)

Berdasarkan data dari Bank Indonesia, inflasi IHK (Indeks Harga Konsumen) Indonesia sebesar 1,87%, di mana tingkat inflasi pada 2021 meningkat dari inflasi 2020 yang sebesar 1,68%. Inflasi yang rendah ini dipengaruhi oleh pandemi COVID-19, sumber daya yang memadai juga kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam menjaga kestabilan harga. (sumber: Bank Indonesia, diakses 8 Juni 2022 https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_240222.aspx)

Inflasi, Suku bunga, serta pertumbuhan ekonomi secara umum juga berpengaruh bagi seluruh usaha yang ada. Bagi *Holy Shoe Cleaner* hal ini sangatlah berpengaruh karena dengan pertumbuhan ekonomi yang baik akan mempengaruhi daya beli masyarakat dan akan berdampak baik bagi *Holy Shoe Cleaner*. Sedangkan jika pertumbuhan ekonomi sedang tidak baik seperti masa-masa awal pandemi akan membuat daya beli masyarakat menurun drastis dan hal ini akan berdampak buruk bagi Sebagian besar pengusaha dan tentunya bagi negara.



c. *Social* (Sosial)

Kondisi sosial juga berpengaruh bagi perusahaan, faktor demografi, *lifestyle*, sosial budaya dan lain-nya sangat berpengaruh bagi usaha yang ada dan faktor-faktor tersebut juga dapat berubah-berubah kapan pun karena perkembangan zaman dan era globalisasi. Perubahan ini akan membuat daya beli yang semakin meningkat dari sebelumnya karena kebiasaan kebutuhan konsumtif dari setiap orang akan meningkat. Hal ini akan berdampak positif bagi setiap pengusaha karena secara tidak langsung akan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang ditawarkan.

Perubahan gaya hidup ini akan berpengaruh secara tidak langsung kepada *Holy Shoe Cleaner* di mana akan meningkatkan angka penjualan dan meningkatkan pemasukan bagi perusahaan.

d. *Technology* (Teknologi)

Sering perkembangan teknologi yang tentunya semakin maju akan berpengaruh besar bagi usaha-usaha masa kini, tentunya kemajuan ini bisa berdampak sangat baik bagi perusahaan khususnya dalam hal promosi, tetapi kemajuan ini juga bisa berdampak buruk jika perusahaan tidak bisa mengikuti perkembangan teknologi dan kalah dengan para pesaing yang lain.

Perkembangan teknologi ini dapat menjangkau *awareness* calon konsumen secara luas dan meningkatkan kemungkinan bagi calon konsumen untuk melakukan transaksi pada usaha *Holy Shoe Cleaner*.

e. *Enviroment* (Lingkungan)

Faktor lingkungan yang dimaksud adalah lokasi tempat usaha yang akan dijalankan, apakah lokasi tersebut bisa dikatakan strategis, mudah dicari, memiliki berbagai fasilitas umum yang umum digunakan oleh masyarakat dan lainnya. Selain strategis, tempat usaha yang dipilih harus nyaman bagi pelanggan dan juga bagi karyawan yang bekerja bagi perusahaan



Maka dari itu penulis memilih rumah pribadi sebagai tempat usaha yaitu di daerah Rawamangun. Alasan dari pemilihan rumah pribadi adalah segala fasilitas dan kenyamanan

sudah tercapai dengan baik dan faktor utamanya adalah dekat dengan pusat keramaian kota Jakarta Timur dan Jakarta Utara.

f. Legal (Legalitas)

Legalitas yang diperlukan sebuah usaha yaitu, NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) bagi seluruh anggota perusahaan, NIB (Nomor Induk Berusaha). Pemerintah mempermudah perizinan untuk mendapatkan NIB, dengan dibuatkan perizinan berusaha berbasis risiko. Karena UMKM memiliki risiko tingkat rendah, pengusaha hanya perlu mengajukan NIB (Nomor Induk Berusaha). Untuk mengurus NIB, penggiat UMKM hanya perlu mengunjungi situs resmi pemerintah yaitu www.oss.go.id dan mengikuti panduan yang diberikan.

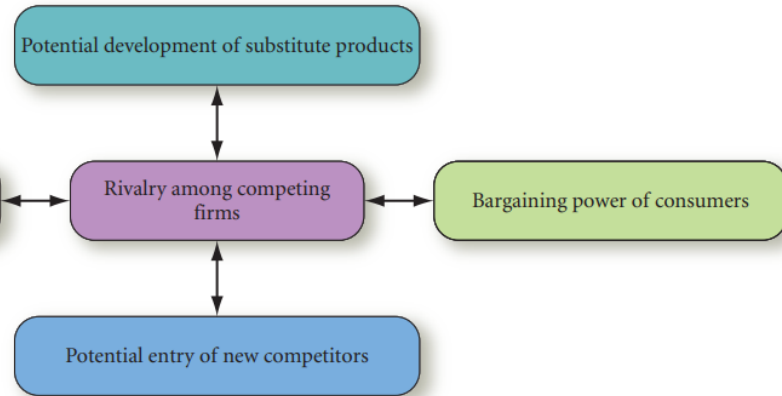
(sumber: Kementrian Investasi, diakses 8 Juni 2022
<https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/pemerintah-permudah-perizinan-bagi-pemilik-umkm>)

Bagi *Holy Shoe Cleaner* sendiri, hal legalitas ini sangat mudah untuk didapatkan dan sangat terbantu oleh kemudahan yang diberikan oleh pemerintah. Penulis dapat mengakses dan mendapatkan perizinan dan legalitas tersebut dengan mudah

3.4 Analisis Pesaing: Lima Kekuatan Pesaing Model Porter

Porter's Five-Forces Model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries." David (2017 : 229). Kutipan berikut memiliki makna di mana lima kekuatan pesaing adalah mengembangkan strategi di berbagai bidang industri secara meluas.

Gambar 3.1 Lima Kekuatan Pesaing Model Porter



Sumber: *Strategic Management "A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases"*

a. *Rivalry Among Competing Firms* (Persaingan Pada Industri) : Rendah

Industry rivalry merupakan persaingan perusahaan yang menawarkan barang/jasa yang sama/minor. Persaingan yang sehat antar perusahaan dapat membawa dampak positif seperti saling berlomba berinovasi sehingga teknologi dari produk yang ditawarkan akan semakin baru seiring berjalannya waktu dan juga diiringi dengan perubahan keinginan konsumen. Persaingan juga dapat membawa dampak buruk jika dilakukan dengan cara yang tidak sehat. Saling berusaha menjatuhkan dengan menjelek-jelekan atau menyebarkan isu miring terhadap pesaing lain merupakan persaingan yang tidak sehat. Dengan demikian dapat disimpulkan kalau persaingan pada pasar dapat berdampak positif dan negatif.

Dalam menjalankan bisnis cuci sepatu ini perlu diperhatikan beberapa pesaing yang bergerak di bidang yang sama. Penulis menggunakan strategi persaingan harga dan lama pengerjaan untuk dapat bersaing dalam industri cuci sepatu ini. Karena usaha cuci sepatu ini tidak terlalu banyak dan tidak ada bukti bahwa ada pesaing yang saling menjatuhkan satu sama lain, dapat disimpulkan bahwa persaingan pada *industry* cuci sepatu ini rendah.

b. *Potential Entry of New Competitor* (Ancaman dari Pesaing Baru) : Tinggi

Potensi dari munculnya pesaing baru cukup tinggi, melihat dari tingkat percepatan teknologi serta proses perijinan yang mudah dan cepat. Walaupun demikian, belum tentu pesaing baru yang bermunculan dapat dengan cepat dikenal masyarakat, maka dari itu



diperlukan pemanfaatan teknologi media komunikasi *online* yang baik serta efisien karena pemasaran secara *online* sangat mudah dijalankan dan dapat menyita perhatian banyak masyarakat.

Usaha cuci sepatu yang akan dijalankan ini memiliki potensi yang cukup tinggi untuk munculnya banyak pesaing baru, maka dari itu penulis berusaha memanfaatkan sosial media dengan baik dengan mengunggah hasil cuci sepatu yang sudah lebih dahulu *Holy Shoe Cleaner* dikerjakan agar calon pelanggan dapat percaya dan yakin untuk mencuci sepatu mereka di *Holy Shoe Cleaner* dan secara berkala penulis akan membuat perbandingan dengan jasa cuci sepatu lain agar dapat berkembang jauh lebih baik dan memiliki keunggulan yang dapat dipertimbangkan oleh pelanggan.

c. *Potential Development of Substitute Products* (Ancaman Dari Produk Pengganti) :

Rendah

Dalam berbisnis, seorang pengusaha harus memahami bahwa ancaman bukan datang dari produk sejenis saja, tetapi juga dari produk yang dapat menggantikan produk lama. Hal ini dapat terjadi jika terdapat produk / jasa dengan kegunaan yang sama dan di tawarkan dengan harga yang lebih murah.

Usaha cuci sepatu ini merupakan usaha yang harus dikerjakan secara manual dan mengandalkan keterampilan dan tenaga manusia. Dapat disimpulkan bahwa ancaman produk pengganti bagi *Holy Shoe Cleaner* rendah, karena hingga kini belum ada teknologi yang mampu menggantikan proses pengerjaan jasa cuci sepatu ini dan dengan demikian *Holy Shoe*

Cleaner akan terus menjaga kualitas dan standar operasional kerja agar menghasilkan jasa yang baik dan dapat bersaing.

d. *Bargain Power of Suppliers* (Daya Tawar Pemasok) : Rendah

Pemasok merupakan faktor penting dalam usaha yang mempengaruhi intensitas persaingan dalam pasar. Jika bahan pokok untuk menjalankan usaha menggunakan bahan



pokok khusus dan susah didapat, maka daya tawar pemasok tinggi. Hal tersebut terjadi karena perusahaan dan para pesaing harus mencari pemasok khusus dan tidak banyak pemasok yang menyediakan bahan pokok yang di cari.

Dalam menjalankan usaha, *Holy Shoe Cleaner* menggunakan bahan pokok yang umum/dalam arti daya tawar pemasok masih rendah karena bahan pokok yang dibutuhkan *Holy Shoe Cleaner* dapat dengan mudah didapatkan dan banyak pemasok yang menawarkan dan harga antar pemasok dapat bersaing.

e. Bargain Power of Consumers (Daya Tawar Pembeli) : Tinggi

Kebutuhan dan permintaan konsumen adalah faktor penting yang perlu diperhatikan oleh para usahawan, karena permintaan dan kebutuhan konsumen akan terus berubah setiap saat.

Daya tawar dari pembeli akan semakin tinggi/kuat jika konsumen membeli barang/jasa dalam jumlah yang banyak, juga sebaliknya jika hanya membeli sedikit maka daya tawarnya dikatakan rendah.

Dalam menjalankan usaha, *Holy Shoe Cleaner* memberikan promo paket jika konsumen akan menggunakan jasa cuci sepatu dalam jumlah yang banyak dengan tujuan mencapai kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa daya tawar pembeli pada *Holy Shoe Cleaner* tergolong tinggi.

3.5 Analisis Faktor-faktor Kunci Sukses (Competitive Profile Matrix/CPM)

“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”. Fred R David (2017 : 236). Kutipan tersebut memiliki arti di mana *Competitive Profile Matrix* (CPM) merupakan sebuah analisis terhadap pesaing utama agar dapat mengetahui segala aspek kelebihan dan kekurangan perusahaan dibandingkan pesaing.



Setelah melakukan Analisa terhadap perusahaan, diperlukan *Critical Success Factor*, kemudian ditentukanlah bobot nilai dari faktor-faktor yang sudah ditentukan dan pemberian

bobot ini dinilai dari seberapa pentingnya faktor-faktor tersebut. Berikut adalah penjelasan pemberian bobot nilai untuk *Critical Success Factor* yang sudah ditentukan.

a. Bobot nilai 1.0 menjadi tanda bahwa faktor ini merupakan faktor kelemahan utama pada perusahaan dan sangat perlu di tingkatkan.

b. Bobot nilai 2.0 menjadi tanda bahwa faktor ini merupakan faktor kelemahan yang tidak terlalu besar bagi perusahaan

c. Bobot nilai 3.0 menjadi tanda bahwa faktor ini merupakan faktor kekuatan yang tidak terlalu besar bagi perusahaan dan dapat ditingkatkan.

d. Bobot nilai 4.0 menjadi tanda bahwa faktor ini merupakan faktor kekuatan utama yang dimiliki perusahaan dan perlu dipertahankan.

Berikut adalah analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM) terhadap *Holy Shoe Cleaner* terhadap *Shoes and Care* dan *Tjoetji Sepatoe* dengan menentukan *Critical Success Factor*.

Tabel 3.3 berikut ini memperlihatkan bobot kualitas sebesar 0.82; bobot Harga sebesar 0.15; bobot waktu sebesar 0.03. Data tersebut didapatkan dari 61 responden yang penulis sebarakan dalam bentuk *Google Form*. Rentan usia responden yang didapat adalah 18-45 tahun.

Tabel 3.3 Competitive Profile Matrix (CPM) *Holy Shoe Cleaner*

Faktor	Bobot	<i>Holy Shoe Cleaner</i>		Shoes and Care		Tjoetji Sepatoe	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Kunci Sukses							
Kualitas	0.82	2	2.46	4	3.28	4	3.28
Harga	0.15	4	0.6	3	0.45	3	0.45
Waktu	0.03	4	0.12	3	0.09	2	0.06
TOTAL	1.00		3.18		3.82		3.76

Sumber: *Holy Shoe Cleaner*, 2022



Berdasarkan data dari Tabel 3.3 terdapat peringkat dengan pertimbangan angka 4 merupakan kekuatan utama, kekuatan 3 minor, kelemahan 2 minor dan kelemahan 1 utama.

Dapat disimpulkan bahwa pesaing *Holy Shoe Cleaner* memiliki total nilai yang lebih tinggi dibandingkan *Holy Shoe Cleaner*, hal ini disebabkan oleh kualitas jasa yang diberikan masih belum dapat bersaing dengan kompetitor, maka dari itu penulis perlu untuk meningkatkan standar operasional kerja agar kualitas jasa yang penulis berikan dapat bersaing dengan kedua kompetitor tersebut.

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

"The strengths-weaknesses-Opportunities-Treats (SWOT) Matrix is an important matching tool that helps manager develop four types of strategies: SO (Strengths-Opportunities) strategies, WO (Weaknesses-Opportunities) strategies, ST (Strengths-Treats) strategies, and WT (Weaknesses-Threats) strategies." David (2017 : 251). Kutipan tersebut memiliki arti bahwa Matrix SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities* dan *Threats*) merupakan sarana yang dapat mempermudah seorang manajer untuk mengembangkan 4 strategi dalam perusahaannya.

Strength merupakan kekuatan secara internal perusahaan dalam hal teknologi, SDM (Sumber Daya Manusia), keuangan, produksi dan lainnya. Analisa ini dilakukan juga kepada pesaing, bukan hanya untuk perusahaan sendiri, karena dengan adanya Analisa serupa, kekuatan yang diunggulkan oleh pesaing dapat terlihat dan dapat digunakan untuk mengembangkan usaha sendiri agar jauh lebih baik dari pada pesaing.

Weakness berarti kelemahan, kelemahan yang dimaksud adalah kekurangan dalam usaha. Kekurangan/kelemahan ini perlu dilakukan Analisa agar seorang pengusaha dapat mengetahui di mana titik permasalahan yang menyebabkan adanya kekurangan dalam usahanya dan dapat memperbaikinya dengan baik.



Opportunities merupakan kesempatan yang dimiliki perusahaan untuk mengembangkan usahanya dan memperoleh keuntungan maksimal. Analisis peluang sangat

diperlukan karena perusahaan dapat melihat adanya celah untuk maju dan melihat adanya harapan bagi masa depan usaha yang lebih baik. Dengan dilakukannya analisis peluang, seorang pengusaha dapat dengan lebih cepat merespons dan memanfaatkan kesempatan yang ada.

Threat adalah ancaman, ancaman bagi usaha yang didapatkan dari lingkungan sekitar.

Analisis ini berguna untuk mengantisipasi hal-hal buruk yang tidak diinginkan, serta mempersiapkan jalan alternatif untuk menghadapi masalah yang bisa datang kapan saja.

Berikut merupakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities dan Threat*) dari *Holy*

Shoe Cleaner:

Strength

1. *Holy Shoe Cleaner* menggunakan bahan dan peralatan *laundry* premium yang sama dengan pesaing yang ternama. Dengan menggunakan bahan-bahan dan alat-alat premium, akan menjaga kualitas dan memberikan hasil yang terbaik bagi konsumen.
2. Memberikan pelayanan yang sangat cepat, hanya memerlukan 3 hari kerja untuk proses *laundry* sepatu. Pesaing yang penulis analisa mematok proses *laundry* mulai dari 7 (tujuh) hari kerja hingga 21 (dua puluh satu) hari kerja. Hal ini sangat mengungguli pesaing karena kecepatan proses pengerjaan adalah salah satu kunci penting dalam usaha di bidang ini.
3. Harga jasa yang diberikan oleh *Holy Shoe Cleaner* akan selalu di bawah pesaing, tetapi dengan kualitas yang tidak kalah bagus dari para pesaing. Penulis berani mengambil cara ini karena penulis lebih memilih kuantitas dari pada nominal keuntungan yang tinggi tetapi kuantitas menurun.



4. Memberikan promo-promo menarik yang tidak dimiliki oleh pesaing, serta memberikan pelayanan terbaik dengan mengutamakan kepuasan dan kenyamanan pelanggan. Promo yang *Holy Shoe Cleaner* berikan adalah berupa promo cuci 4 (empat) sepatu akan gratis 1 (satu) sepatu. Promo ini akan menarik jika dibandingkan dengan promo pesaing yang memberikan poin loyalitas, karena banyak yang memberikan poin loyalitas tersebut berupa kartu yang diberi *stamp*, tetapi ketika kartu tersebut hilang, *stamp* tersebut tidak bisa di kembalikan. Pelayanan terbaik juga kami berikan dengan cara selalu mengkonfirmasi terlebih dahulu kondisi sepatu sebelum di cuci dan setelah di cuci. Sebelum dikirimkan kembali atau kami berikan info kepada pelanggan bahwa sepatu-nya sudah selesai, kami akan menanyakan apakah sudah sesuai dengan ekspektasi dari pelanggan tersebut atau belum.

Weakness

1. Dalam hal kualitas, *Holy Shoe Cleaner* masih berada di bawah pesaing, hal ini disebabkan oleh pengalaman dan jam terbang pesaing yang sudah lebih lama dan mengetahui bisnis ini secara mendetail dan bagaimana cara menangani setiap
2. Nama *Holy Shoe Cleaner* belum banyak di kenal orang banyak karena merupakan pemain baru dalam bisnis ini, jika dibandingkan dengan pesaing yang sudah berdiri sejak lama, *Holy Shoe Cleaner* akan kalah dalam ketenaran nama.
3. Kendala dalam hal SDM (Sumber Daya Manusia) masih terbilang kurang karena modal usaha belum besar.
4. Dalam segi promosi, *Holy Shoe Cleaner* juga tidak bisa maksimal seperti pesaing yang menggunakan bantuan *public figure*. Hal ini dikarenakan dana modal yang masih minim.

c. Opportunity

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.



1. Pemerintah berupaya menyediakan sejumlah stimulus melalui kebijakan restrukturisasi pinjaman, tambahan bantuan modal, keringanan pembayaran tagihan listrik, dan dukungan pembiayaan lainnya. Bagi *Holy Shoe Cleaner* faktor ini sangat penting karena khusus-nya di era pemerintahan saat ini sangat mendukung dan mempermudah bagi pengusaha UMKM untuk dipinjamkan tambahan modal.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Banyak orang yang memiliki sepatu tetapi malas untuk membersihkannya, maka dari itu kami hadir untuk menjadi solusi dari permasalahan tersebut.
3. Dunia *sneakers* sejak 4 (empat) tahun terakhir sangat meningkat dan akan terus meningkat karena dilihat dari perkembangan jaman di mana gaya hidup konsumtif terus meningkat. Dengan demikian, akan semakin banyak orang yang mencintai dan memiliki sepatu dan juga akan muncul banyak orang yang memiliki permasalahan pada poin kedua.
4. Perkembangan teknologi pada industri 4.0 mempermudah seluruh usaha untuk melakukan promosi dan menjadikan peluang yang sangat baik untuk mengenalkan *Holy Shoe Cleaner* kepada masyarakat luas serta memberikan persepsi yang baik kepada masyarakat kalau *Holy Shoe Cleaner* mampu bersaing menghadapi pesaing-pesaing besar lainnya.

Threat

1. Karena pandemi, daya beli masyarakat menurun drastis dan hal ini akan berdampak buruk bagi Sebagian besar pengusaha dan tentunya bagi negara.
2. Usaha ini sangat mudah di tiru dan kemungkinan munculnya pesaing baru sangat tinggi, karena hanya menggunakan modal yang terbilang kecil, usaha ini sudah bisa berjalan.
3. *Loyal* dan *trust* pelanggan belum tercipta atas *Holy Shoe Cleaner*.



Tabel 3.4 Analisis SWOT Matrix Holy Shoe Cleaner

<p>Strength (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan bahan-bahan premium 2. Proses pengerjaan yang cepat. 3. Harga di bawah pesaing. 4. Memberikan promo menarik. 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas di bawah pesaing. 2. Belum dikenal banyak orang. 3. Kurangnya SDM karena modal yang kecil. 4. Promosi kurang maksimal karena keterbatasan modal.
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Program pinjaman modal usaha oleh pemerintah. 2. Banyak orang yang malas mencuci sepatu sendiri. 3. Meningkatnya tren sneakers sejak tahun 2018. 4. Promosi mudah dilakukan karena memasuki era industry 4.0 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi secara gencar dan menawarkan promo menarik serta menonjolkan harga yang lebih murah dibandingkan pesaing (S3, S4, O3, O4) 2. Menawarkan cuci dengan proses yang cepat serta mempromosikan kalau kami menggunakan bahan-bahan premium dan meyakinkan pelanggan bahwa sepatu mereka akan aman ditangan penulis. (S1, S2, O2, O4) 3. Promosi yang dilakukan menggunakan foto sepatu yang selalu update dengan perkembangan tren sneakers saat ini dan selalu menggunakan bahan-bahan dengan teknologi terbaru (S1, O3, O4).
<p>Threat (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Daya beli masyarakat yang menurun. 2. Jenis usaha ini mudah ditiru dan tingginya kemungkinan munculnya pesaing baru. 3. Loyalitas dan kepercayaan pelanggan belum tercipta. 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menonjolkan keunggulan usaha penulis yaitu, harga yang bersaing dan proses pengerjaan yang sangat cepat agar tidak kalah dengan pesaing baru (S2, S3, T1, T2) 2. Memberikan poin loyalitas serta promo-promo menarik agar kepercayaan dan loyalitas pelanggan terbangun (S4, T3)
<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti seminar untuk meningkatkan brand awareness di tengah tren snekaers yang terus meningkat (W2, O3) 2. Meningkatkan standar operasional kerja agar pelanggan mau mempercayakan sepatunya kepada penulis. (W1, O2) 3. Mencoba mengajukan program pinjaman modal dari pemerintah agar dapat meningkatkan promosi dan SDM (W3, W4, O1) 4. Mengikuti workshop agar menambah wawasan untuk melakukan promosi dengan modal yang minim di era industri digital ini (W4, O4) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga SOP (Standard Operasional Prosedur) perusahaan agar kepercayaan dan kualitas terjaga (W1, T3) 2. Media sosial adalah media promosi gratis, penulis akan memaksimalkan hal tersebut untuk meningkatkan brand awareness dan kepercayaan pelanggan akan meningkat (W4,T3)

Sumber: Holy Shoe Cleaner, 2022