



BAB III

ANALISI INDUSTRI DAN PESAING

Analisa industri dan pesaing perlu di lakukan untuk memulai suatu bisnis agar dapat mengetahui situasi pasar dan pesaing dalam bisnis yang ingin di jalankan. Melakukan analisa industri dan pesaing juga diperlukan untuk dapat bersaing di pasar yang ingin di masuki. Dengan adanya analisa industri dan pesaing membuat pemilik bisnis dapat mengetahui keunggulan dalam bisnis yang akan di jalankan dan dapat bertahan di pasar yang akan di jalankan.

3.1. Trend dan Pertumbuhan Industri

Usaha tools ini memiliki prospek yang baik untuk dijalankan dalam jangka waktu yang panjang. Karena kemudahan dari usaha ini untuk mengikuti perkembangan tren. Yang harus dilakukan adalah menemukan supplier yang dapat menyediakan barang yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu juga lebih mudah untuk menemukan customer loyal di bidang bisnis ini karena supplier bangunan biasanya akan melakukan pemesanan berjangka. Selain itu Saudara Berkat juga akan memberikan pelayanan yang akan meningkatkan kenyamanan pelanggan seperti layanan pemasangan perabot, atau juga memberikan banyak promo dan bonus bagi customer.

Selain itu, perkakas juga tidak mengalami penyusutan sehingga bisa disimpan dalam waktu yang lama. Sehingga bahan baku dapat tersimpan dengan baik di toko. Lalu karena target pasar



Saudara Berkat akan melakukan pemesanan berjangka atau berkali kali, perputaran bahan baku bisa berlangsung dengan baik. Bahan baku tidak akan tersimpan terlalu lama di gudang.

3.2. Analisis Pesaing

Analisa pesaing diperlukan untuk dapat bersaing di pasar yang ingin dimasuki, dengan menganalisa pesaing pemilik bisnis dapat mengetahui keunggulan apa yang ada di dalam mereka yang dapat bersaing dengan yang lain dan bertahan di pasar dan memenangkan pasar tersebut. Dengan berbagai perbandingan, ditentukan beberapa pesaing yang dikira memiliki produk yang sejenis dengan Saudara Berkat :

Toko yang buka pada 2020 :

1. Mandiri Pratama Teknik (Online Shop dan Toko Fisik)
2. Orentik Teknik (Online Shop)
3. Vitory Shop (Online Shop)
4. Cokroatmojo n (Online Shop)
5. Ventela Shop (Online Shop)
6. IBM : Ini Barang Murah (Online Shop)

Toko yang sudah lama berjalan :

1. Solusi *Tools Shop*, Jakarta Utara (Toko Fisik)
2. Toko Gading *Tools* (Toko Fisik dan *Online Shop*)

Dikarenakan Saudara Berkat memberikan pelayanan secara langsung, brand yang paling cocok dijadikan pesaing adalah Solusi *Tools Shop* dan Mandiri Pratama Teknik , 1 yang mempunyai toko fisik dan 1 yang besar di online shop. Kedua toko ini juga memberikan berbagai layanan langsung kepada pembeli, tidak seperti toko lain yang hanya menjual perkakas secara



Online. Pesaing yang dipilih juga merupakan brand yang sudah berjalan cukup lama karena Saudara Berkat ingin mempunyai pesaing jangka panjang untuk meningkatkan kualitasnya dari waktu ke waktu.

1. *Solusi Tools Shop*. Lokasi : Jl. Boulevard Raya blok WD 2 No.21-22, RT.11/RW.16, Klp. Gading Tim., Kec. Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12420

2. *Mandiri Pratama Teknik* : Pulogadung Trade Center (PTC, Jl. Raya Bekasi No.61, RW.3, Rawa Terate, Cakung, East Jakarta City, Jakarta 13920

Tabel 3. 1

Keunggulan dan Kelemahan Pesaing Saudara Berkat

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
<i>Solusi Tools Shop</i>	1. Posisi toko strategis 2. Disediakan asuransi barang 3. Website rapi dan jelas	1. Harga lumayan mahal 2. Tidak ada e-commerce 3. Pelayanan kurang baik
<i>Mandiri Pratama Teknik</i>	1. Banyak pilihan barang 2. Pelayanan ramah dan informatif 3. Banyak promo yang diberikan	1. Tidak ada toko fisik 2. E-commerce berantakan 3. Pelayanan kurang baik

Sumber : <https://ulasantempat.com/jakarta/solusi-tools-Shop-521548>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Penutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



3.3. Analisis PESTEL

Metode analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor – faktor eksternal yang mempengaruhi suatu organisasi. Analisis Pestel dapat digunakan untuk mempertimbangkan faktor faktor permasalahan eksternal seperti *Political, Economic, Social, Technology, Legal, dan Environment*.

a. Politik

Faktor politik dapat berdampak baik maupun buruk terhadap bisnis ini tergantung kebijakan politik yang dibuat oleh pemerintah. Khususnya pada era pandemi ini, karena kebanyakan kebijakan politik yang dibuat merugikan perusahaan karena daya beli masyarakat yang sedang menurun. Kebijakan ini dibuat untuk menyesuaikan harga pasar dengan daya beli masyarakat. Selain itu jumlah pembangunan yang akan terjadi kemungkinan akan menurun karena adanya kebijakan pembatasan interaksi masyarakat, sehingga pembelian perkakas juga akan menurun. Faktor politik merupakan ancaman bagi Saudara Berkat.

b. Ekonomi

Faktor ekonomi juga dapat berdampak positif dan negatif bagi usaha ini. Negatif karena turunnya daya beli masyarakat karena pandemi, sedangkan positif karena adanya penyesuaian harga bahan baku dari supplier yang kebanyakan diturunkan. Penting untuk mempelajari dan menyesuaikan harga perkakas yang dijual agar bisnis ini dapat berjalan dengan baik tanpa adanya kendala ke pihak konsumen maupun supplier. Faktor ekonomi bisa menjadi peluang dan ancaman bagi Saudara Berkat.



c. Sosial

Faktor sosial menguntungkan bagi berjalannya usaha ini. Karena gaya hidup manusia yang menginginkan peningkatan atas barang-barangnya sehingga tingkat pembelian mereka akan meningkat. Selain itu jika brand disukai masyarakat, pemasaran dari mulut ke mulut akan semakin berkembang. Faktor sosial menjadi peluang bagi Saudara Berkat.

d. Teknologi

Dalam meningkatkan brand, teknologi diperlukan untuk memperluas target pasar maupun mencari informasi mengenai tren atau perkakas-perkakas baru yang akan lebih baik dalam membantu masyarakat. Pemanfaatan teknologi juga penting untuk mencari alternatif pemasok yang akan dibutuhkan apabila pemasok sebelumnya melakukan menyesuaikan harga yang kurang dapat diterima oleh perusahaan. Faktor Teknologi menjadi peluang bagi Saudara Berkat. e.

Lingkungan

Saudara Berkat yang bukan merupakan brand produksi tidak akan menghasilkan limbah pabrik dalam perolehan produk. Tetapi Saudara Berkat akan berusaha semaksimal mungkin dalam memilih pemasok yang ramah lingkungan, sejalan dengan prinsip dari Saudara Berkat yang mau menjalankan usahanya dengan memperhatikan lingkungan. Faktor lingkungan menjadi peluang bagi Saudara Berkat.

f. Hukum

Saudara Berkat haruslah menjadi perusahaan legal. Maka dari itu Saudara Berkat harus mentaati peraturan di area operasionalnya. Semua izin juga harus diurus sebelum pembukaan usaha



Saudara Berkat agar tidak menjadi masalah bagi perusahaan ini kedepannya. Faktor hukum menjadi ancaman bagi Saudara Berkat.

Tabel 3. 2

Identifikasi PESTEL Saudara Berkat

No	Political	Economic	Social	Technology	Environment	Legal, Law , Regulation
1.	Kebijakan Politik Penurunan Harga Bahan Baku (T)	Penyesuaian Harga Bahan Baku Dari Supplier (O)	Gaya Hidup Masyarakat Yang Mau Peningkatan (O)	Penggunaan teknologi untuk memperluas target pasar (O)	Bisnis yang ramah lingkungan (O)	Pengurusan izin (T)
2.	Kebijakan Pembatasan Interaksi Masyarakat (T)	Turunnya Daya Beli Karena Pandemi (T)	Perkembangan pemasaran dari mulut ke mulut (O)	Mempermudah pencarian alternatif pemasok (O)	Pencarian pemasok yang ramah lingkungan (O)	Peraturan yang harus ditaati (T)

Sumber : Saudara Berkat

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

Menurut Porter dalam buku Fred R. David (2015:239) pendekatan kompetitif yang secara luas digunakan untuk mengembangkan strategi dalam banyak industri. Menurut Porter hakikat persaingan di suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan. Lima

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.



kekuatan Porter merupakan suatu model atau metode yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan kompetitif dalam suatu industri, yang dapat membantu menentukan kelemahan dan kekuatan industri tersebut. Berikut lima kekuatan yang dimaksudkan Porter :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

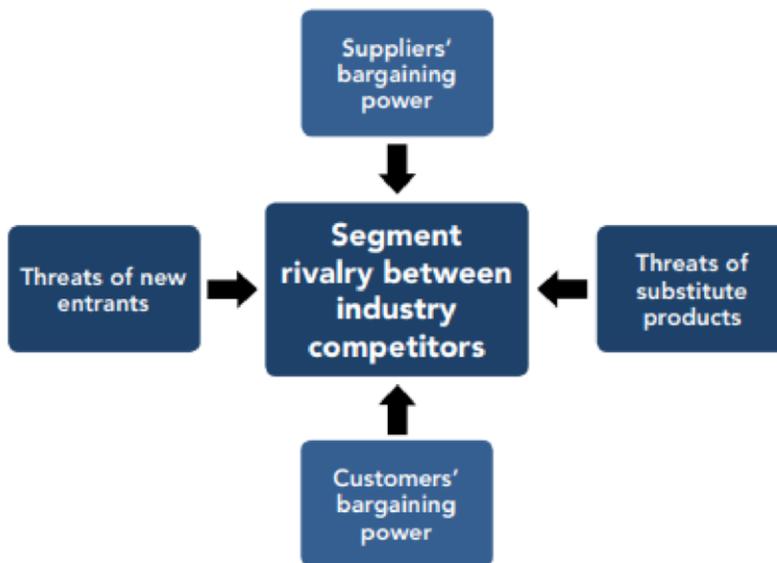
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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. 1

Porter Five Forces Business Model



Sumber : Porter's Five Forces Strategy Skills by Team FME

1. Ancaman Pendetang Baru



Banyaknya pendatang baru dalam industri ini akan membuat persaingan menjadi ketat yang pada akhirnya dapat menyebabkan turunnya laba. Hal ini dapat diatasi dengan penanaman ciri khas

perusahaan yang sulit diikuti oleh pendatang baru. Saudara Berkat memiliki ciri khas sendiri untuk menangani pendatang baru dengan memberikan harga termurah di *Online Shop* dengan kualitas barang yang sama dan pengecekan barang dahulu sebelum dikirim dengan *Online Shop* lain.

dengan cara seperti itu pembeli akan merasa puas melakukan pembelian di Saudara Berkat. Sehingga ancaman pendatang baru dapat diminimalisir.

2. Kekuatan tawar-menawar dari pemasok

Pemasok merupakan pihak yang penting karena akan mempengaruhi jalannya perusahaan, ketersediaan bahan baku bergantung kepada pemasok untuk barang tersebut dijual kembali.

Saudara Berkat bekerjasama dengan perusahaan atau produsen pemasok barang langsung, untuk mendapatkan harga termurah agar dapat menyaingi harga pesaing di *Online Shop*.

3. Kekuatan tawar-menawar dari pembeli

Penawaran dari pembeli akan kuat ketika mereka membeli dalam jumlah banyak, atau ketika pembeli yang ada hanya sedikit sehingga memaksa perusahaan menjual produknya dengan harga yang lebih murah. Saudara Berkat akan memberikan perbedaan harga untuk pembeli dalam jumlah sedikit dan banyak, dalam jumlah sedikit Saudara Berkat akan memberikan harga satuan, sedangkan dalam jumlah banyak akan diberikan harga grosir sampai dengan pelayanan yang berbeda seperti langsung diantarkan bila di wilayah jakarta ataupun dalam memilih jasa pengiriman barang agar pembeli lebih hemat.

4. Potensi pengembangan produk pengganti



Produk dari Saudara Berkat adalah produk yang sangat berguna dalam kehidupan sehari-hari, tetapi besar kemungkinan bagi produk lain untuk menjadi substitusi dari tools. Maka dari itu, Saudara Berkat harus dapat mengikuti perkembangan zaman dan terus menyediakan dan mengembangkan produk jualan agar efektif bagi penggunanya, sehingga usaha ini dapat terus berjalan dalam waktu yang lama.

5. Persaingan Antar Perusahaan

Bisnis pasti memiliki saingan yang tidak dapat dihindari. Semakin banyaknya pesaing yang ada maka akan semakin sulit dan sedikit keuntungan yang diperoleh jika tidak pandai dalam menyusun strategi. Maka dari itu, Saudara Berkat akan selalu mengusahakan perkembangan dengan melihat saingan sebagai tolak ukurnya, agar dapat menghindari kesalahan mereka atau membuat keunikan yang tidak bisa mereka ikuti.

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

Competitive Profile Matrix adalah alat yang membandingkan perusahaan dan para pesaingnya dan mengungkapkan kekuatan dan kelemahan relatif mereka. Untuk lebih memahami lingkungan eksternal dan persaingan dalam industri tertentu, perusahaan sering menggunakan CPM. a. *Weight*

Setiap faktor penentu keberhasilan harus diberi bobot mulai dari 0,0 (kurang penting) hingga 1,0 (sangat penting). Jumlah semua bobot harus sama dengan 1.0.

b. Rating (peringkat)

Peringkat dalam Competitive Profile Matrix memperlihatkan respon perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan sebuah usaha. Semakin tinggi rating yang didapat memperlihatkan respon



yang baik dari perusahaan terhadap Critical Success Faktors, dan juga sebaliknya bila rating rendah menunjukkan respon yang kurang baik. Peringkat dengan kisaran antara 1,0 - 4,0 dan dapat

diterapkan untuk berbagai faktor.

c. Total & Score

Komponen score Merupakan nilai perkalian dari rating dan *Weight*. Setiap perusahaan memperoleh nilai pada setiap faktor. Nilai tersebut akan dijumlah dan akan menghasilkan total nilai. Total nilai tersebut mengindikasikan apabila total 25 nilai yang dimiliki sangat besar maka perusahaan tersebut lebih kuat dibanding competitor.

d. Total Weighted Score (Skor Total Tertimbang)

Total score dari berkisar antara 1 (rendah) hingga 4 (tinggi). Rata-rata total adalah 2,5. Sehingga perusahaan yang memiliki nilai dibawah 2,5 dikatakan perusahaan tersebut memiliki posisi yang relatif lemah dalam persaingan. Sementara itu, jika nilai diatas 2,5 dikatakan perusahaan tersebut memiliki posisi yang relatif kuat dalam persaingan. Berikut analisis CPM dari saudara berkat :

Tabel 3. 3

Competitive Profile Matrix Saudara Berkat

Faktor	Weight	Saudara Berkat		Solusi <i>Tools Shop</i>		Mandiri Pratama Teknik	
		Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot
Keberhasilan Penting							
Harga Produk	0,17	3	0,51	3	0,51	2	0,34

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Kualitas Produk	0,17	4	0,68	4	0,68	3	0,51
Pelayanan	0,18	3	0,54	3	0,54	4	0,72
Promosi	0,16	3	0,48	3	0,48	4	0,64
Ketahanan Produk	0,18	4	0,72	3	0,54	3	0,54
Pengadaan Event	0,14	2	0,28	4	0,56	3	0,42
Total	1		3,21		3,31		3,17

Sumber: Saudara Berkat

Faktor didalam CPM diatas adalah Harga Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Promosi, Ketahanan Produk, dan juga pengadaan event, hal-hal tersebut adalah hal yang penting dalam berjalannya usaha bisnis *Tools* ini. *Weight* dari CPM diatas didapatkan menggunakan bantuan google form yang diisi oleh 31 orang responden. Saudara Berkat memberikan rating 4 untuk kekuatan prioritasnya yaitu di poin Ketahanan produk dan juga kualitas karena merupakan penekanan dan *Positioning* dari brand ini. Rating 3 juga merupakan kelebihan dari Saudara Berkat yang meliputi factor pelayanan, harga produk dan promosi. Sedangkan kelemahan dari Saudara Berkat adalah dari event karena biaya ditekankan ke hal-hal lain yang dikira lebih harus diprioritaskan dalam berjalannya usaha ini. Saudara Berkat memutuskan untuk berkonsentrasi akan pengembangan di poin Kualitas dan Ketahanan produk sebagai keunggulan dari Saudara Berkat. Dan menjadikan Promosi Produk dan Pengadaan Event sebagai hal yang bisa ditunda/tidak harus diprioritaskan untuk difokuskan.

3.6. Analisis lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analisis)

Analisis SWOT adalah metode analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik lingkungan eksternal dan internal untuk suatu tujuan bisnis tertentu. Berikut ini adalah hal yang harus dianalisis didalam SWOT :



- a. *Strength* adalah kelebihan atau kekuatan suatu perusahaan yang dimiliki, yang dapat memberikan keuntungan dibanding dengan pesaing.
- b. *Weakness* artinya karakteristik yang berkaitan dengan kelemahan perusahaan, bisa dibandingkan dengan pesaing, dapat juga berupa kelemahan yang dianggap saat ini secara internal.
- c. *Opportunity* adalah gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu perusahaan dan gambar tersebut dapat memberikan peluang untuk berkembangnya suatu perusahaan di masa depan.
- d. *Threats* adalah gambaran ancaman dari suatu perusahaan dalam menjalankan suatu usaha. Dengan mengetahui *threats* yang ada, perusahaan dapat menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang dapat menyebabkan kemunduran suatu perusahaan.

Berikut adalah SWOT dari Saudara Berkat :

Strength

- a. Harga terjangkau dan kompetitif dengan pesaing
- b. Memberikan asuransi barang kepada pelanggan
- c. Sering mengikuti event-event yang berkaitan
- d. Pelayanan yang diberikan baik
- e. Menyediakan berbagai jasa pemasangan perabot

Weakness:

- a. Belum memiliki toko fisik
- b. Brand belum dikenal karena merupakan brand baru



- c. Kecepatan pengiriman bergantung kepada pihak lain
- d. Belum dapat memberikan banyak promo

Opportunity :

- a. Pelayanan pemasangan perabot yang meningkatkan ketertarikan masyarakat
- b. Kerjasama yang baik dengan pemasok
- c. Kemudahan pengiriman ke tempat yang jauh
- d. Banyaknya variasi produk *Threats* :

- a. Banyaknya kompetitor di bidang yang sama
- b. Munculnya banyak perkakas baru yang lebih efektif
- c. Banyaknya tenaga profesional yang punya perkakas sendiri
- d. Keadaan pandemi yang mengurangi jumlah pemeliharaan dan pembangunan **Tabel 3. 4**

SWOT Analysis

		Strength	Weakness
Internal	1. Kompetitif dengan pesaing	1. Harga terjangkau dan	1. Belum memiliki toko fisik
	2. Memberikan asuransi kepada pelanggan	2. Brand belum dikenal karena merupakan brand baru	
Eksternal	3. Sering mengikuti event-bergantung kepada pihak lain	3. Kecepatan pengiriman	event yang berkaitan
	4. Pelayanan yang diberikan baik banyak promo	4. Belum dapat memberikan	
Opportunity	Strategi SO	Strategi WO	
1. Pelayanan pemasangan perabot yang meningkatkan ketertarikan keunggulan produk dan jasa (S1, S3, O1, pengantaran barang yang tepat waktu masyarakat O4)	1. Lebih mempromosikan Bekerjasama dengan pihak pemasangan perabot (W3, O3)		
2. Kerjasama yang baik dengan	2. Mempertahankan hubungan	2. Mempromosikan pemasangan	

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



- 3. Kemudahan pengiriman ke tempat yang jauh
- 4. Banyaknya variasi produk
- 3. Memperluas pemasaran di daerah lain (S3, O3)
- 3. Membuka toko fisik di tempat yang strategis (W1, O1, O3)
- 4. Memperbanyak direct marketing (S3, S4, O3)

Threats Strategi ST Strategi WT

- Banyaknya kompetitor di bidang yang sama
- Munculnya banyak perkakas baru yang lebih efektif
- Banyaknya tenaga profesional yang punya perkakas sendiri
- Keadaan pandemi yang mengurangi jumlah pemeliharaan dan pembangunan

- 1. Menggunakan keunggulan brand untuk meningkatkan daya tarik pelanggan (S1, S2, T1, T4)
- 2. Mengusulkan pelanggan untuk menggunakan tenaga pemasangan perabot (S1, T3, T3)
- 3. Meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing (S1, T1, T2)
- 4. Selalu mengikuti perkembangan perkakas modern (S1, S3, T2)

Sumber : Saudara Berkat

- 1. Membuka toko fisik di tempat yang belum banyak pesaing (W1, T1)
- 2. Menjadi yang terdahulu dalam mengenalkan perkakas baru (W2, T1, T2)
- 3. Bekerjasama dengan tenaga profesional untuk mempermudah pelayanan pelanggan (W1, T3, T4)

- 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.



Dari analisis SWOT diatas, didapatkan kesimpulan :

Strategi SO :

1. Lebih mempromosikan keunggulan produk dan jasa pemasangan perabot

Jasa pemasangan perabot adalah ciri khas sekaligus daya tarik dari brand ini. Hal ini haruslah dimanfaatkan agar brand ini lebih dikenal dan ciri khasnya diketahui oleh masyarakat luas.

2. Mempertahankan hubungan baik dengan pemasok :

Bekerjasama baik dengan pemasok dibutuhkan agar kestabilan harga bahan baku bisa lebih terjaga, pemasok tidak menaikkan harga bahan baku secara tiba-tiba/seenaknya.

Selain itu harga bahan baku jadi bisa dinegosiasikan.

3. Memperluas pemasaran di daerah lain :

Memperluas pasar bisa dilakukan dengan mengikuti event-event yang berhubungan, meningkatkan *budget* marketing atau jangkauan pemasaran.

4. Memperbanyak direct marketing :

Saudara Berkat yang merupakan toko online akan membutuhkan banyak direct marketing untuk pengembangan usahanya, karena direct marketing akan lebih bisa meyakinkan bagi kebanyakan orang dibandingkan pemasaran online. Terlebih lagi kedepannya Saudara Berkat akan membuka toko offlinenya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



Strategi ST :



1 Menggunakan keunggulan brand untuk meningkatkan daya tarik pelanggan

Keunggulan dari brand ini harus dimanfaatkan untuk mendorong penjualan yang ada. Hal ini juga dapat menjadi daya saing bagi brand agar dapat bersaing dengan brand lain.

2 Mengusulkan pelanggan untuk menggunakan tenaga pemasangan perabot

Promosi mengenai tenaga pemasangan perabot harus selalu diingatkan kepada konsumen karena hal ini bisa sangat membantu konsumen dan meningkatkan ketertarikannya untuk melakukan transaksi ulang.

3 Meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing.

Bagi produk perkakas, kualitas adalah hal penting yang harus dijaga. Karena mau sebaik apapun pelayanan atau semurah apapun harga, akan percuma apabila pelanggan tahu bahwa kualitas produk itu rendah.

4 Selalu mengikuti perkembangan perkakas modern

Perkembangan di dunia perkakas juga melaju pesat, semakin lama semakin banyak perkakas jenis baru dengan efisiensi yang lebih maksimal. Saudara Berkat harus dapat menyeimbangi ini agar selalu dapat memberikan produk terbaik untuk 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 IBKKG.

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



Strategi WO :



1 Bekerjasama dengan pihak pengantaran barang yang tepat waktu.

Sebagai toko online, Saudara Berkat sangat bergantung pada kecepatan layanan pengantar untuk waktu pelayanannya. Maka dari itu, penting bagi Saudara Berkat untuk mencari layanan pengantar yang baik dan tepat waktu.

2 Mempromosikan pemasangan perabot untuk membesarkan brand.

Jasa pemasangan perabot adalah ciri khas sekaligus daya tarik dari brand ini. Penting untuk selalu mempromosikan hal ini agar perusahaan dapat berkembang sesuai dengan kesempatan yang ada.

3 Membuka toko fisik di tempat yang strategis

Penting bagi suatu toko perkakas untuk membuka toko offline, karena kebanyakan pelanggan ingin melihat atau mencoba produk secara langsung.

Strategi WT :

1 Membuka toko fisik di tempat yang belum banyak pesaing.

Pemilihan letak toko fisik jugalah sangat penting agar toko ini tidak kalah saing dengan brand yang tokonya sudah berdiri terlebih dahulu. Di tempat baru, brand ini akan dapat menguasai pasar karena sudah berdiri terlebih dahulu.

2 Menjadi yang terdahulu dalam mengenalkan perkakas baru.

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 IBKKG.

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



Saudara Berkat harus dapat menyesuaikan produknya dengan perkembangan zaman dan dengan cepat mengenkannya ke masyarakat, sehingga bisa mengungguli para pesaingnya. Hal ini bisa dicapai dengan selalu *update* dengan berita-berita yang ada di internet.

3. Bekerjasama dengan tenaga profesional untuk mempermudah pelayanan pelanggan.

Tenaga profesional yang dimaksud adalah seperti perusahaan yang beranggotakan mandor bangunan dan tukang bangunan yang memang sudah lama menjalankan profesinya. Perusahaannya juga sudah lama berjalan dengan dikenal baik oleh masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.