**BAB III**

**ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING**

Pengertian dari industri ialah sebuah kegiatan dalam mengolah suatu bahan setengah jadi atau bahan yang masih mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual dan nilai tambah untuk memperoleh suatu keuntungan. Industri merupakan bagian dari proses produksi yang tidak mengambil bahan-bahan tersebut langsung dari alam untuk konsumsi, tetapi bahan-bahan diproses dan akhirnya mempunyai nilai tambah atau manfaat yang lebih tinggi bagi masyarakat.

Sebuah industri memiliki karakteristik yang berbeda-beda dengan satu atau sama lainnya, dari sisi ekonomi, lingkungan, pasar dan prospek jangka panjangnya. Industri akan selalu mengalami perubahan dari berbagai faktor seperti teknologi, ekonomi, pasar dan persaingan akan bergerak mulai dari yang lambat sampai dengan yang cepat. hal tersebut dapat mempengaruhi kelancaran dan kesuksesan suatu bisnis. Semakin berkembangnya industri menyebabkan pelaku bisnis harus bekerja ekstra keras untuk dapat menemukan sebuah ide atau gagasan baru yang kreatif dan inovatif dalam menghadapi tantangan baru.

Pengusaha memerlukan analisis industri untuk dapat menganalisis permintaan industri yang meliputi pengetahuan tentang lingkungan pasar. Lingkungan yang sifatnya dinamis dan selalu berubah, terutama perkembangan teknologi dalam menentukan sebuah kebijakan dan strategi dalam melakukan sebuah proses bisnis serta menghadapi perubahan yang akan terjadi di masa ini atau masa yang akan datang. Setelah melakukan berbagai rangkaian metode analisis industri yang berfungsi sebagai acuan bagi pelaku bisnis, akan dapat ditentukan langkah selanjutnya dalam menjalankan suatu usaha bisnis.

1. **Tren dan Pertumbuhan Industri**

Sepatu merupakan suatu alas kaki yang terdiri dari bagian-bagian kap (tutup), tali, sol, dan lidah. Pada umumnya, ukuran sebuah sepatu mengikuti standar, dari standar yang

15

sudah ada di seluruh dunia. Sepatu juga sering di gunakan untuk sehari-hari oleh semua kalangan mulai dari anak-anak, orang dewasa hingga orang tua untuk berbagai macam aktifitas sehari-hari tergantung di mana aktifitas itu di lakukan. Pemakaian sepatu harus di dahului dengan pengggunaan kaus kaki atau stoking, agar sepatu tetap terawat dan kaki terasa nyaman. Selain itu juga kaus kaki berfungsi sebagai penyerap keringat dan kelembapan sehingga kaki lebih bersih dan higienis.

*Trend* atau pertumbuhan didalam suatu industri selalu berkembang dan mengalamiperubahan setiap masanya. *Trend* sepatu yang sedang berkembang saat ini membuat perusahaan sepatu mengeluarkan berbagai macam jenis model sepatu baru yang harganya tidaklah murah. *Shoesclean* sendiri merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang *laundry* sepatu dimana peluang bisnis ini muncul akibat sedang berkembangnya *trend* sepatu *senakers* belakangan ini. Hal ini dapat dilihat pada **Gambar 3.1** di bawah ini.

**Gambar 3.1**

**Pertumbuhan industri kulit, Barang dari kulit,**

**dan alas kaki, 2010 - 2018**

****

Sumber : www.indoanalisis.co.id

Seorang pengusaha harus dapat memahami perkembangan dari *trend* yang sedang

16

terjadi dan harus mampu beradaptasi jika tidak ingin tertinggal dari pesaing. Industri sepatu saat ini sedang berkembang di tandai dengan tingginya minat dan permintaan dari masyarakat untuk membeli sepatu yang sedang menjadi trend, baik itu sepatu sneakers, sepatu olahraga, atau sepatu *casual*.

1. **Analisis Pesaing**

Persaingan bisnis adalah merupakan sebuah tantangan antara para penjual yang memiliki tujuan yang sama dalam berusaha mendapatkan keuntungan, pangsa pasar, serta jumlah penjualan yang tinggi. Persaingan ini tentunya pasti akan terjadi dan tidak akan dapat di hindari oleh setiap pelaku bisnis, akan tetapi hal tersebut dapat di atasi dengan berbagai strategi bisnis

Suatu bisnis yang di dirikan harus mempersiapkan strategi untuk dapat mengatasi ancaman persaingan. Dalam hal menyusun strategi tersebut, yang harus di perhatikan pertama kali adalah menganlisis para kompetitor terdekat atau kompetitor yang di anggap dapat mengancam pertumbuhan usaha yang didirikan.

Dalam menganalisis pesaing selain juga dapat mengetahui kondisi pesaing. Seorang *entrepeneur* harus dapat menganalisis suatu kelemahan dari pesaing dan keunggulan pesaingtersebut. Kelemahan dan kekuatan dapat di formulasikan untuk menyusun sebuah strategi untuk dapat melawan pesaing. Strategi yang di usung hendaknya juga menjadi keunggulan atas kelemahan yang di miliki pesaing. Pebisnis harus memiliki sebuah kemampuan yang baik di dalam menganalisis dalam hal kepekaan dalam menganalisi kompetitor untuk dapat menyusun sebuah strategi yang agar dapat bersaing secara optimal.

Penulis memahami bahwa terdapat persaingan yang begitu ketat dalam usaha *laundry* sepatu ini. Penulis yang memilih lokasi di Ciangsana , Kabupaten Bogordikarenakan semangkin banyaknya perumahan yang dibangun oleh *developer* menjadi

17

potensi bagi masyarakat yang bekerja dijakarta ketika pulang dan sudah merasa lelah untuk mencuci sepat kesayangan mereka dan akhirnya ingin merawat sepatu kesayangan mereka di *Shoesclean,* selain juga dekat dengan perumahan lokasi ini juga dekat dengan sekolah, pusatpembelanjaan, mall. Dan perkantoran sesuai dengan target pasar *Shoesclean.* Untuk itu, terdapat dua usaha kompetitor yang melayani di bidang jasa laundry sepatu yang di anggap menjadi kompetitor yang cukup ketat bagi bisnis yang didirikan oleh penulis, yaitu:

1. Nama perusahaan Lokasi

Kisaran Harga

* 1. Nama perusahaan Lokasi
     + Get Fresh
     + Jl OrlandoRB VI/ 26, Kota Wisata, Ciangsana, Ciangsana, Gn. Putri, Cibubur, Jawa Barat 16968
  + Rp 35.000 - Rp 350.000
* Shoe Care cibubur
  + - * Jl. Anggrek 3 blok AS. 39 no. 23 Perumahan Kranggan Permai Cibubur, Jatisampurna,Bekasi kota, Jawa Barat 17433

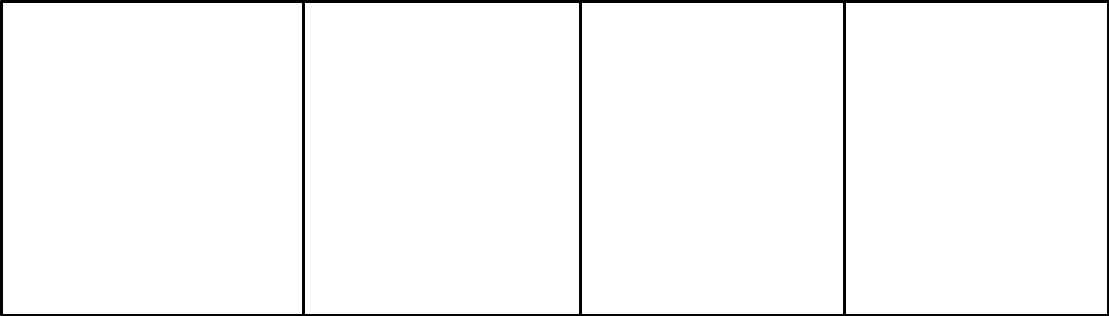
Kisaran Harga : Rp 45.000 - Rp 450.000

Perbandingan *Shoesclean* dengan pesaing *Get Fresh* dan *ShoeCare* sebagaimana dapat di lihat pada **Tabel 3.1** berikut ini.

18

**Tabel 3.1**

**Perbandingan Pesaing**

****

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kategori** | ***Shoesclean*** | ***Getfresh*** | ***Shoescare*** |
|  |  |  |  |
| **Merek Produk** | Belum di kenal | Cukup di kenal | Cukup di kenal |
| **Lokasi** | Strategis | Strategis | Strategis |
| **Harga** | Lebih murah | Standar | Standar |
| **Penataan Counter** | Menarik | Kurang menarik | Menarik |
| **Kualitas Layanan** | Baik | Baik | Baik |
| **Layanan Jasa** | Tidak Banyak | Banyak | Banyak |

Sumber : Pengamatan Penulis

Berdasarkan **Tabel 3.1** dapat dilihat bahwa tiap perusahaan memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing.

**C. Analisis PESTEL**

Analisis PESTEL adalah analisis mengenai lingkungan internal perusahaan maupun lingkungan eksternal perusahaan yang dapat menjadi barometer perusahaan atau bisnis untuk dapat bertumbuh dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap citra merk dan juga dapat mengetahui ancaman bagi bisnis yang ingin dijalankan ke depannya, karena dengan melalukan analisis PESTEL perusahaan akan dapat mengetahui segala ancaman dan juga potensi suatu bisnis yang terkait dengan lingkungan diluar perusahaan.

Analisis PESTEL merupakan analisis lingkungan eksternal yang meliputi pengaruh politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum. Faktor- faktor tersebut dianalisis untuk melihat apakah indikator tersebut memiliki dampak bagi jalannya perusahaan. Dan apabila berpengaruh maka dapat menjadi keuntungan atau sebaliknya yaitu menjadi kerugian yang perlu dijadikan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan strategi yang di pilih agar perusahan dapat terus bertahan. Oleh karena itu analisis lingkungan eksternal terhadap *Shoesclean* dijabarkan sebagai berikut:

19

**1.** ***Politic* (Politik)**

Faktor politik dapat menggambarkan sebuah peluang atau ancaman bagi sebuah perusahaan, Kondisi politik disuatu negara akan dapat mempengaruhi sebuah bisnis yang sedang berjalan di negara tersebut. Seperti contohnya untuk industri dan perusahaan yang bergantung pada suatu kontrak atau subsidi pemerintah, ramalan, dan kebijakan politik pemerintah atau jika suatu negara mengalami kerusuhan atau politik kondisi politik suatu negara sedang bermasalah, maka hal ini akan snagat bisa berpengaruh terhadap nilai mata uang menjadi suatu hal yang perlu di perhatikan karena dapat memberi pengaruh yang signifikan pada perusahaan. Kompetisi global saat ini semangkin meningkat di kalangan ekonomi, pasar, pemerintah, dan organisasi maka perusahaan mempertimbangkan faktor dari variabel politik dalam menyusun dan penerapan strategi kompetitif mereka. Industri laundry sepatu tidak terlalu berpengaruh terhadap kondisi politik yang terjadi di Indonesia saat ini, karrena tidak ada subsidi yang diberikan kepada usaha *laundry* sepatu oleh pemerintah.

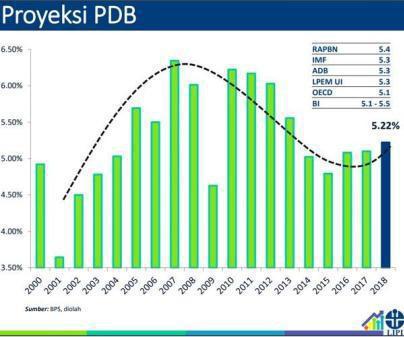
**2. Economy (Ekonomi)**

Adanya suatu pertumbuhan pasar akan diikuti oleh peningkatan kekayaan konsumen dan bisnis yang semakin meluas dikarenakan terjadi kenaikan pendapatan. Namun, apabila terjadi sebaliknya maka setiap pengusaha yang ada harus berhati-hati karena daya beli menurun berdampak buruk bagi bisnis nya. Sebagaimana yang terlihat pada **Gambar 3.2** berikut:

20

**Gambar 3.2**

**Pertumbuhan Ekonomi Indonesia**

****

Sumber: <http://lipi.go.id/berita/tahun-depan-lipi-prediksi-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-522-persen/19634>

Berdasarkan **Gambar 3.2,** dilihat dari gambar diatas Indonesia terus menunjukkan kinerja yang membaik dan melanjutkan perkembangan positif pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada tahun 2018 mengalami peningkatan 5,22% dengan tahun 2017 hanya 5,1%. Hal ini di perkirakan akan berdampak positif bagi para pelaku bisnis di indonesia khususnya bisnis laundry sepatu. Lingkungan ekonomi saat ini sangat berpengaruh bagi keberlangsungan hidup bisnis laundry sepatu yang akan didirikan, karena pertumbuhan ekonomi nantinya akan berdampak langsung kepada daya beli masyaraka yang tinggi ataupun rendah terhadap jasa yang di tawarkan *Shoesclean.*

21

Sebuah pertumbuhan ekonomi tentunya akan mempengaruhi daya beli masyarakat terhadap sepatu dimana itulah yang merupakan kesempatan bisnis *Shoesclean.* Selama perkembangan ekonomi terus meningkat maka usaha laundrysepatu akan terus bertahan dan mempunyai kesempatan mempebesar cakupan wilayah dan variasi jasa yang di berikan kepada konsumen *Shoesclean*.

**3.** ***Social* (Sosial)**

Salah satu Aspek utama dari faktor sosial adalah gaya hidup (*lifestyle)* di kalangan masyarakat. Sepatu sering digunakan banyak masyarakat untuk melakukan kegiatan sehari-hari yang berarti cepat atau lambat sepatu kesayangan tersebut akan kotor. dengan semangkin banyaknya kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat membuat mereka membutuhkan segala sesuatunya dengan praktis dan cepat. Hal ini yang memberikan dukungan positif bagi *Shoesclean* untuk dapat merawat sepatu kesayangan mereka dengan cepat dan kembali seperti baru lagi karena banyak orang merasakan apabila sepatunya kotor akan mengurang rasa kepercayaan diri mereka namun tidak memiliki waktu yang cukup atau tidak mengetahui bagaimana cara merawat sepatu kesayangan mereka dengan benar.

**4.** ***Technology* (Teknologi)**

Pesatnya Perkembangan teknologi akan membawa dampak yang cukup besar bagi kehidupan manusia, tingginya ketergantungan masyarakat pada aspek teknologi termasuk dalam menjalankan suatu bisnis. Hal ini akan mempermudah proses bisnis baik dalam hal mengenaik aspek produksi, pencatatan, komunikasi, hingga menjadi sumber mencari data informasi bagi masyarakat. Tingginya kebutuhan media teknologi untuk dapat berkomunikasi dan bertukar informasi secara global dengan berbiayan rendah menjadi satu faktor peluang bagi pebisnis untuk dapat memasarkan bisnisnya secara global.

22

Bisa dikatakan saat ini bahwa perkembangan teknologi yeng sangat pesat dapat menjadi suatu peluang bagi *Shoesclean* sebagai sebuah media marketing yang paling murah dan juga menguntungkan untuk dapat memperbesar usaha secara global. Digital marketing akan di gunakan *Shoesclean* karena di nilai jauh lebih cepat dan luas sehingga *Shoesclean* akan lebih mudah di kenal oleh kalangan masyarakat untuk dapat membersihkan sepatu kesayangan mereka. Selain itu juga digital marketing juga lebih efesien dari segi biaya dan cepat dalam memasarkannya.

**5. Legal**

Dalam aspek hukum tentunya tidak akan pernah terlepas dari setiap kegiatan masyarakat, untuk dapat memberikan suatu batasan atas kegiatan atau aktifitas di mana negara tempat mereka tinggal. Hukum berguna di dalam mengatur jalannya suatu bisnis atau menjadi barometer atas setiap aktivitas atau proses bisnis sehingga keberlangsungan jalannya aktivitas untuk dapat memperoleh keuntungan tanpa merugikan orang lain di sekitaran perusahaan. Hukum di gunakan sebagai suatu fungsi dalam bisnis untuk mengatur segala kebutuhan perusahaan didalam legalitas atau pengesahan suatu usaha bisnis tersebut. Legalitas tersebut mengatur tentang pembuatan SIUP atau sering disebut dengan Surat Ijin Usaha Perdagangan dan NPWP atau Nomer Pokok Wajib Pajak yang diwajibkan untuk dimiliki oleh seluruh pelaku bisnis. Aspek hukum didalam suatu bisnis yang akan digeluti oleh penulis masih memberikan dampak yang netral bagoi usaha yang akan didirikan. Hal ini disebabkan hukum hanyan menyangkut legalitas perusahaan.

**6.** ***Environment* (Lingkungan)**

Globalisasi meruapakan sesuatu yang tidak dapat di elakan akan tetapi globalisasi tidak boleh sampai merusak lingkungan dengan segala macam industri yang dapat merusak alam di sekitaran perusahaan tersebut. Masyarakat saat ini mulai menyadari

23

bahwa lingkungan yang baik akan membuat mereka dapat hidup dengan baik dengan alam di sekitaran mereka maka dari itu masyarakat ingin melestarikan lingkungan dengan program-program perlindungan alam menjadi salah satu bukti bahwa kondisi lingkungan alam di indonesia bahkan di dunia sangat perlu diperhatikan dan merawatnya dengan baik.

Indonesia saat ini mengalami penurunan kualitas lingkungan alam yang cukup signifikan mempengaruhi tindakan yang perlu di intervensi oleh pemerintah untuk mengawasi usaha yang berpotensi merusak kondisi lingkungan alam di sekitar usaha tersebut dilakukan. Saat ini pemerintah memberikan peraturan yang berkaitan dengan lingkungan alam akan terus diperketat. Hal ini juga didukung oleh para aktivis yang bergerak didalam pelestarian lingkungan alam.

Dengan aturan yang diperketat oleh pemerintah diharapkan masalah mengenai polusi yang dihasilkan oleh perusahaan dapat meningkatkan kesadaran para pelaku usaha bisnis untuk melakukan proses bisnis dengan baik dan tidak merugikan masyarakat sekitar yang terkena imbas dari sekitaran perusahaan yang didirikan. Namun usaha yang didirikan oleh penulis tidak menyebabkan pencemaran lingkungan. Usaha *Shoesclean* tidak menyebabkan pencemaran lingkungan karena produk yang dihasilkan berupa jasa.

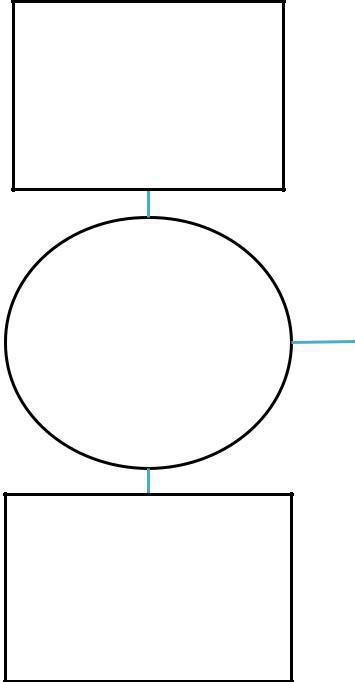
**D. Analisis Model Lima Kekuatan Michael Porter’s**

Menurut David dan David (2015:239), “*Porter’s Five-Forces Model of Competitive* *analysis is a widely used approach for developing strategies in many indrustries”.* Berikut adalah lima model kekuatan dalam persaingan berikut.

24

**Gambar 3.3**

**Lima Kekuatan Porter**

****

Potensi masuknya

pesaing baru

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Persaingan |  |
| Daya tawar |  | antar | Daya tawar |
| pemasok |  | perusahaan | konsumen |
|  |
|  |  | yang bersaing |  |
|  |  |  |  |

Potensi

pengembangan

produk - produk

pengganti

Sumber: David dan David (2015; 239), Strategic Management **1. Persaingan diantara usaha sejenis**

Tingkat tekanan yang cukup besar dari kelima kekuatan di kebanyakan industri adalah persaingan diantara pelaku usaha yang sedang bersaing di dalam sebuah pasar tertentu. Pelaku usaha bersaing di dalam sebuah pasar untuk meraih kepercayaan dari masyarakat dan mereih keunggulan bersaing. ketika Suatu usaha dapat menciptakan sebuah inovasi atau dapat mengimplementasikan suatu strategi yang dapat berjalan dan mengubah pasar, merupakan sebuah ancaman bagi pesaingnya harus beradaptasi serta menentukan strategi agar tidak terlempar dari bisnisnya. Tekanan ini membuat pasar sebagai tempat yang sangat dinamis dan kompetitif. Umumnya, suatu usaha atau industri akan terlihat lebih menarik apabila terdapat kondisi sebagi berikut

1. Jumlah produk subtitusi sedikit
2. Pesaing Memiliki keunggulan dan kemampuan yang berbeda di dalam menawarkan jasa yang di sediakan.

25

1. Industri dapat bertumbuh dengan cepat
2. Memiliki peluang untuk dapat sekaligus menjual produk yang berbeda

Berikut penulis akan membeberkan beberapa toko oleh-oleh yang telah menjadi pemain lokal dan sudah cukup dikenal masyarakat.

Bisnis laundry sepatu di Kabupaten Bogor memiliki tingkat persaingan yang tidsk terlau tinggi dikarenakan masih jarangnya usaha laundry sepatu ini beredar di daerah ini. Bisnis laundry sepatu saat ini menjadi usaha yang semangkin dilirik seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat sekarang dan kebutuhan dari masyarakat di tengah kesibukan jadwal pekerjaan mereka memunculkan ide penulis untuk dapat merawat sepatu kesayangan mereka untuk cuci di *Shoesclean* semua jenis industri laundry sepatu ini memiliki layanan yang serupa sehingga hal ini dapat menjadi ancaman bahi bisnis *Shoesclean.*

**2. Ancaman dari pendatang baru**

Datangnya pesaing baru merupakan salah satu faktor yang tidak dapat dielakan oleh setiap bisnis manapun. Bisins yang baik tentunya siap di dalam menerima tantangan dari pesaing yang akan masuk ke dalam pasar yang sama dengan usaha yang kita jalankan. Produk subtitusi yang datangnya dari pendatang baru akan terlihat dari mudah tidaknya pesaing untuk memasuk ke dalam bisnis tersebut.

Usaha laundry sepatu dapat diperkirakan ancaman masuknya pesaing baru cukup tinggi, dikarenakan kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk terjun ke dunia bisnis laundry sepatu ini sudah ada dan lengkap di internet. Modal di dalam membukan usaha bisnis laundry sepatu ini dapat dikatakan tidak terlalu besar sehingga resiko bisnis tergolong sangat kecil. Dilihat mulai tumbuhnya industri laundry sepatu di kabupaten bogor tidak menutup kemungkinan akan terus bertumbuh dan akan meningkatkan pesaing baru cukup tinggi.

26

**3. Bargaining power of buyers ( Daya tawar menawar pembeli)**

Daya tawar konsumen mengalami peningkatan daya tawar ketika konsumen memilih produk serupa di lain merek secara mudah, penjual mengusahakan menyusun strategi apabila menghadapi permintaan pelanggan yang menurun, dan melakukan evaluasi setelah mendapat informasi mengenai produk, harga, dan biaya penjual dan melakukan kebijakan dengan harapan akan meningkatkan minat konsumen untuk mencuci sepatu mereka di *Shoesclean.*

Daya tawar konsumen *shoesclean* relatif rendah, karena jumlah laundry sepatu yang menawarkan jasa serupa terbilang masih jarang di kabupaten bogor sehingga konsumen dapat dengan mudah memilih menggunakan jasa yang dimana harga yang jauh lebih murah. Akan tetap tetap dengan mengutamakan kepuasan pelanggan, di harapkan pelanggan akan terus memilih *Shoesvlean* untuk merawat sepatu kesayangan mereka.

**4. Threat of substitute products ( Ancaman dari produk substitusi**

Bisnis laundry sepatu ini, munculnya potensi produk pengganti sangat kecil, namun mungkin ke depan akan menu layanan jasa terbaru di dalam usaha sepatu laundry, karena hingga saat ini belum ada layanan jasa pengganti dalam menggantikan peran usaha laundry sepatu sehingga tidak ada ancaman yang begitu berarti bagi usaha *shoesclean*

**5. Daya tawar menawar pemasok**

Kekuatan tawar pemasok akan sangat mempengaruhi itensitas persaingan didalam industri, ketika hanya ada sedikit pemasok yang menyediakan kebutuhan suplai bahan untuk suatu proses bisnis, ketika hanya ada sebagian bahan mentah substitusi yang baik, atau memiliki biaya pengolahan bahan mentah tinggi.

27

Daya tawar dari pemasok *Shoesclean* relatif rendah, karena supplier bahan pokok usaha laundry sepatu saat ini jumlahnya sangat banyak dan menjadikan pilihan bagi *Shoesclean* untuk memilih pemasok yang menawarkan kualitas dan harga yang sangat baik. Sehingga saat ini sangat mudah untuk dicari. Supplier mudah dicari dengan berbagai merek dan harga yang tersedia di pasar.

1. **Analisis Competitive Profile Matrix (CPM)**

Menurut David dan David (2015:66), analisis *Competitive profile matrix (CPM)* mengidentifikasi pesaing utama perusahaan serta kekuatan dan kelemahan pesaing tertentu terkait posisi strategis perusahaan. yang artinya CPM meruakan alat manajemen strategis yang penting untuk dapat membandingkan perusahaan dengan para pelaku bisnis di dalam sebuah industri, karena di dalam aspek analisis CPM ini perusahaan dapat mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Metode CPM sendiri memiliki beberapa komponen pesaingnya. Sebagaimana yang terlihat pada **Tabel 5.2** berikut ini :

**Tabel 3.2**

***Competitive Profile MatrixShoesclean***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Key Success** | **Bobot** | **Shoesclean** | | **Getfresh** | |  | **Shoescare** | |
| **Factor** |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Peringkat** | **Nilai** | **Peringkat** |  | **Nilai** | **Peringkat** | **Nilai** |
|  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Kualitas Produk | 0,23 | 3 | 0,69 | 3 |  | 0.69 | 4 | 0,92 |
| Harga | 0,21 | 4 | 0.84 | 3 |  | 0.63 | 3 | 0.63 |
| Waktu pengerjaan | 0,19 | 3 | 0,57 | 4 |  | 0.76 | 4 | 0.76 |
| Lokasi | 0,19 | 3 | 0.57 | 3 |  | 0.57 | 3 | 0.57 |
| Variasi Produk | 0,18 | 2 | 0.36 | 3 |  | 0.54 | 3 | 0.54 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **TOTAL** | **1.00** | **3.03** |  | **3.19** |  |  | **3,42** |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sumber :*Shoesclean* |  |  |  |  |  |  |  |  |

28

Keterangan :

1. Bobot yang bernilai paling tinggi merupakan faktor yang terpenting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.
2. Total dari bobot secara keseluruhan adalah 1 (satu)
3. Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yaitu: 4=

*major strenght*, 3= *minor strenght*, 2=*minor weakness*, 1= *major weakness*

1. Total pada masing-masing perusahaan merupakan hasil dari perkalian peringkat dengan nilai (peringkat x nilai)

Berdasarkan **Tabel 3.2** di atas menjelaskan bahwa *Shoesclean* mempunyai dua pesaing yaitu *Getfresh* dan *Shoescare*. Jika dilihat dari perbandingan antara ketiganya maka total nilai *Shoesclean* terpaut jauh, sedangkan *Shoescare* adalah pesaing yang paling terkuat, dikarenakan *Shoescare* lebih dahulu berdiri lebih lama dan sudah dikenal oleh masyarakat. Lalu yang menduduki nilai paling rendah adalah *Shoesclean* . Nilai yang paling rendah bukanlah penentu bahwa lebih buruk dibandingkan dengan para pesaingnya. Angka-angka tersebut hanya menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki setiap perusahaan. Karena pada dasarnya perusahaan akan terus berbenah memperbaiki kelemahan yang dimiliki dan akan terus mempertahankan bahkan meningkatkan kelebihan-kelebihan yang dipunya.

**F. Analisis SWOT**

Menurut David dan David (2015:259) SWOT adalah pencocokan yang penting untuk membantu manager dalam membantu mengembangkan empat jenis strategi yaitu: strategi SO - *Strength and Oppotunity* (kekuatan dan peluang), WO - *Weakness and Oppotunity* (kelemahan dan peluang), ST - *Strength and threat* (kekuatan dan Ancaman), WT-*Weakness and Threat* (kelemahan dan Ancaman). Berikut merupakan analisi SWOT dari *Shoesclean :*

29

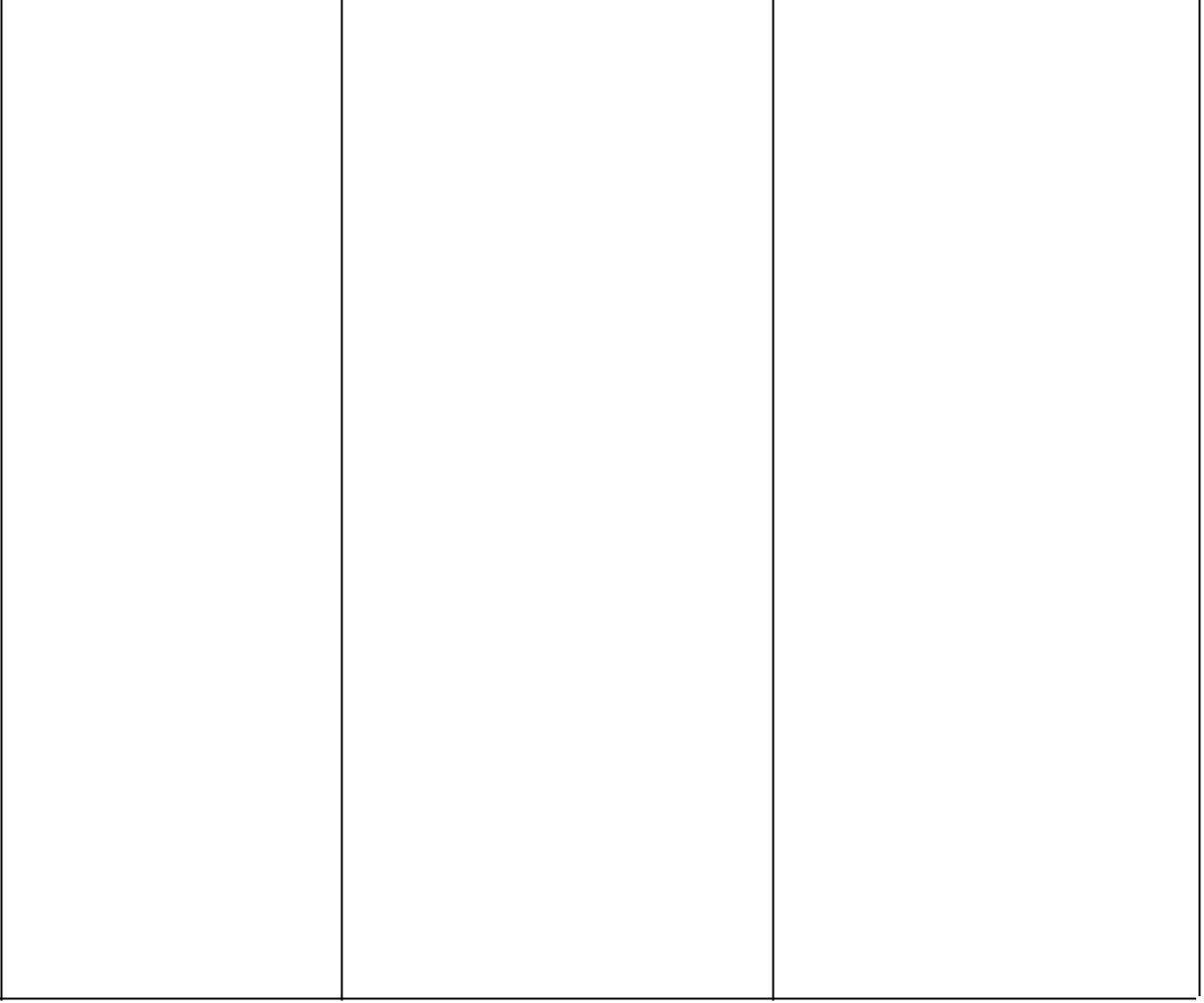
1. ***Strenghts :***
   1. Kecepatan di dalam waktu pengerjaan
   2. Kualiatas pelayanan yang baik
   3. Lokasi yang strategis
2. ***Weakness:***
   1. *Shoesclean* masih baru dan belum ada yang kenal.
   2. Hanya ada satu lokas
   3. Variasi pelayanan masih sedikit
3. ***Opportunities*:**
   1. Banyaknya perumahan yang berada di lokasi sekitaran tempat usaha
   2. Gaya hidup masyarakat yang selalu ingin serba instant.
   3. Tren sepatu yang terus meningkat
   4. Pesaing belum menguasai target pasar
4. ***Threats:***
   1. Mudahnya pesai baru memasuk industri laundry sepatu
   2. Sebagian dari nmasyarakat belum familiarn dengan usaha laundry sepatus
   3. Harga yang ditawarkan pesaing yang relatif sama.

Pada T**abel 3.3** dapat dilihat strategi yang terbentuknya dari adanya suatu kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman perusahaan, *Shoesclean* menggunakan matriks SWOT sebagai alat untuk pencocokan yang penting untuk membantu perusahaan didalam mengembangkan empat tipe: strategi SO - *Strength and Oppotunity* (kekuatan dan peluang), WO - *Weakness and Oppotunity* (kelemahan dan peluang), ST - *Strength and* *threat* (kekuatan dan Ancaman), WT- *Weakness and Threat* (kelemahan dan Ancaman).

30

**Tabel 3.3**

**SWOT Matriks *Shoesclean***

******

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Strengths** | **Weakness** | |
| 1. Lokasi yang strategis | 1. Banyak pesaing di industri yang | |
| 2. pelayanan yang baik kepada | sama | |
| pelanggan | 2. | Brand yang belum dikenal |
| 3. kualitas produk baik | 3. | Hanya ada 1 toko |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Opportunities** | **SO Strategis** | | **WO Strategis** |
| 1. harga yang lebih | 1. | Berusaha memberikan hasil yang | 1. Melakukan pemasaran di media |
| terjangkau | terbaik kepada konsumen | | sosial untuk dapat meyakinkan dan |
| 2.Lokasi yang strategis | 2. | Menawarkan layanan 60 menit di | memperkenalkan produk kepada |
| 3. masih belum banyak | dalam pengerjaan waktu yang cepat | | konsumen |
| usaha serupa di sekitar | 2. | Memberikan diskon yang | 2. mengunakan media sosial dan |
| lokasi usaha | menarik untuk meningkatkan | | komunitas untuk meningkatkan |
| 4. gaya hidup masyarakat | awareness | | reputasi |
| yang ingin serba instan |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Threats** | **ST Strategis** | | **WT Strategis** |
| 1. harga yang relatif sama | 1. | Meningkatkan dan menjaga | 1. menggandeng komunitas sepatu |
| 2. mudahnya pendatang | layanan dengan konsisten | | di sekitar lokasi usaha |
| baru untuk masuk | 2. | Membuka stand di event-event | 2. Terus Menambahkan jasa |
| 3. sebagian masyarakat | terrtentu | | layanan kepada konsumen |
| belum familiar dengan | 3. | \menyebarkan brosur di sekitaran |  |
| usaha laundry sepatu | wilayah lokasi usaha | |  |

Sumber : *Shoesclean*

31