

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Sebelum menjalankan suatu bisnis, tentunya kita harus menganalisis industri dan pesaing agar mengetahui situasi dan keadaan dengan perusahaan industri yang sejenis. Setelah menganalisis suatu industri dan pesaing diharapkan calon pemilik dapat melihat peluang yang ada dan menyusun strategi yang tepat untuk menjalankan bisnis nya ke depan.

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Tren *fashion* di Indonesia berkembang pesat. Pertumbuhan ini terjadi karena adanya tren yang didominasi dari *style* korea dan barat yang sedang banyak digemari, namun desain lokal Indonesia juga tidak kalah banyak digemari masyarakat. Desain yang terus *up to date*, membuat adanya terus tren terbaru sehingga meningkatkan minat konsumen yang memberikan efek pada kinerja pertumbuhan industri *fashion* yang semakin meningkat.

Berdasarkan data CNBC Indonesia tahun 2019 perkembangan industri *fashion* yang mampu berkontribusi sekitar 18,01% atau Rp 116 triliun, dimana tren *fashion* terus berkembang salah satunya pakaian siap pakai atau *ready to wear* yang banyak mengusung konsep bisnis *fast fashion* yang memiliki karakter pergantian mode yang cepat dan biaya produksi yang rendah.





Berikut ialah grafik pertumbuhan industry tekstil dan pakaian jadi tahun 2011-2022 :

Gambar 3. 1



Data Grafik Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi 2011 -2022



Sumber: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190712155341-35-84555/gairah-industri-fashion-indonesia>

B Analisis Pesaing

Dalam menjalankan suatu bisnis tentunya mempunyai pesaing. Analisis pesaing adalah proses mengenali , menilai, dan mengetahui strategi bisnis pesaing. Dengan adanya analisis pesaing, calon pemilik bisnis dapat mengetahui kelebihan dan kelemahan pesaing sehingga calon pemilik bisnis dapat menentukan strategi pemasaran akan digunakan untuk bersaing secara efektif dalam menjalankan bisnisnya. Selain itu, juga diperlukan perbandingan kualitas produk, promosi , harga yang tepat , agar perusahaan mengetahui keunggulan dan kelemahan bersaingnya.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis baik secara tertulis maupun tidak tertulis, terdapat beberapa pesaing yang juga menawarkan konsep penjualan yang sama.

Berikut pesaing – pesaing yang menawarkan konsep penjualan yang sama :

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

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Tabel 3. 1

Tabel Analisis Pesaing

No.	Keterangan	Harga	Lokasi	Kelebihan	Kelemahan
1	Dollathelabel	Rp 99.000 – Rp 329.000	Bekasi	-Produk selalu ready stock. - Produk di produksi sendiri -Pelayanan dalam merespon chat cepat dan ramah	- Stock produk sedikit. -Pengiriman lama walaupun berlokasi diwilayah yang sama.
2	Bronze_behavior	Rp120.000- Rp 310.000	Tangerang	-Terdapat beberapa model baju di produksi sendiri -Pelayanan yang cepat - Cepat mengeluarkan model desain terbaru	- Pembelian dilakukan dengan siapa cepat dia cepat karena terdapat waktu dalam pembelian -Baju yang dijual tidak selalu ready stock - Cepet habis dan stock baju sedikit

Data diolah oleh : Byclovin_id,2023

Analisis PESTEL

Analisis PESTEL mencakup *Politic, Economic, Social, Technology, Enviroment, Legal*.

Analisis PESTEL merupakan analisis faktor bisnis secara eksternal yang membantu pelaku bisnis mengetahui gambaran menyeluruh lingkungan bisnis karena dengan melakukan analisis PESTEL perusahaan mengetahui resiko dan potensi bisnis yang terkait pada lingkungan eksternal.

Setelah mengetahui lingkungan usaha , perusahaan dapat memiliki kesempatan / peluang usaha yang ada dengan memimalisirkan ancaman yang dapat mempengaruhi keberlangsungan bisnis yang lebih baik dan terus berkembang. Berikut ialah analisis PESTEL terhadap Byclovin_id :

1. *Political* (Politik)

Faktor politik ialah salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja suatu bisnis , dimana faktor ini mengevaluasi peraturan dan kebijakan pemerintah dalam

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

© Hak Milik IBI Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



keberlangsungan bisnis yang akan dijalankan. Kebijakan dan peraturan pemerintah dapat memberikan dampak pada perusahaan sehingga sebagai pemilik bisnis harus memperhatikan kebijakan pemerintah dan pemilik usaha dapat mempersiapkan strategi yang tepat dalam menghadapi resiko dan peluang yang ada untuk perkembangan bisnis kedepannya.

Pada era sekarang dalam membangun usaha konveksi rumahan, pemerintah memberikan kemudahan dalam mendapatkan izin berusaha lingkup mikro dan kecil sesuai norma, standar, prosedur dan kriteria yang telar diatur oleh peraturan pemerintah, sehingga pelaku usaha akan mendapatkan kepastian hukum dan sarana pemberdayaan bagi usahanya, sehingga usahanya akan semakin berkembang.

Sumber : <http://ruanghukum.co.id/publication/izin-usaha-konveksi-rumahan>

2. *Economic* (Ekonomi)

Faktor ekonomi dalam bisnis mempengaruhi beberapa hal, yaitu mempengaruhi permintaan dan penawaran, inflasi, nilai tukar uang dan pertumbuhan ekonomi. Industri tekstil dan produk tekstil (TPT) terus memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional sebagai jaring pengaman sosial dan penghasil devisa. Sebagai jaring pengaman sosial, industri tekstil dan produk tekstil mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 3,65 juta orang atau mencapai 18,79% dari total pekerja di sektor industri manufaktur.

Sumber : <https://kemenperin.go.id/artikel/23435/Pulih-dari-Pandemi,-Utilisasi-Industri-TPT-Naik-Jadi-70-Persen>

Dari data diatas, bisnis dapat terus berkembang karena dengan meningkatnya perekonomian, masyarakat akan cenderung untuk memiliki daya beli yang tinggi dan hal tersebut akan memberikan keuntungan kepada pelaku bisnis, salah satunya adalah Byclovin_id.



3. **Social (Sosial)**

Ⓒ Faktor sosial merupakan salah satu faktor yang penting dalam memengaruhi daya beli masyarakat karena perilaku dan gaya hidup konsumen. Aspek utama dari faktor sosial adalah gaya hidup dan tren dikalangan masyarakat. Dilihat dari gaya hidup, banyak konsumen yang mengikuti tren dengan model pakaian terbaru, mayoritas wanita tidak ingin memakai baju yang sama pada kurun waktu yang dekat sehingga permintaan produk *fashion* akan meningkat , dan tidak sedikit juga yang tidak mempunyai banyak waktu untuk kepusat belanja mencari baju yang diinginkan karena hambatan waktu, biaya, dan sebagainya sehingga mereka melakukan pembelian melalui online seperti Whatsapp,Shopee,Tiktokshop, Tokopedia dan *Direct Message* (Instagram).Disimpulkan bahwa aspek sosial akan memberikan keuntungan bagi Byclovin_id.

1. **Technology (Teknologi)**

Bagi pembisnis yang menjual produk secara *online*,perkembangan teknologi yang pesat saat ini sangat dipengaruhi oleh internet,gadget dan media sosial, sehingga membantu pembisnis dapat berjualan tanpa harus mempunyai tempat/ ruko yang memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin membeli barang secara *online* dengan mencari produk yang diinginkan di media sosial/ *ecommerce* dan lalu dibayar melalui pembayaran online kemudian barang akan dikirim ke alamat tanpa harus keluar mencari barang yang diinginkan.

Hal ini menjadikan peluang untuk Byclovin_id untuk melakukan penjualan, meningkatkan *brand awareness* dengan melakukan promosi kepada masyarakat. Byclovin_id memanfaatkan media sosial seperti Instagram untuk mengendorse selebgram dan melakukan tampilan pejualan, Tiktok untuk membuat video baju dengan

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.



tren lagu tiktok dan penjualan melalui *live tiktok shop* serta Shopee untuk melakukan penjualan.

2. *Environment* (Lingkungan)

Dalam menjalankan bisnis pemilihan lingkungan juga berperan penting. Perencanaan lokasi usaha mempunyai peranan yang sangat penting dalam menunjang perkembangan usaha dan lokasi usaha menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan sebuah pendirian usaha. Jika pemilihan yang tepat akan memberikan keuntungan dan kekuatan dalam bersaing, sebaliknya jika pemilihan lokasi yang salah akan menimbulkan kerugian dalam usaha.

Tempat produksi baju *byclovin_id* berlokasi di pusat industry kecil, Penggilingan Raya Komplek PIK blok e no 9 – 10, Jakarta Timur. Penulis memilih lokasi tersebut karena ketersediaan tenaga kerja ,lingkungan sosial budaya, dan harga yang masih terjangkau.

3. *Legal* (Hukum)

Suatu bisnis terdapat faktor hukum yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha sebelum menjalankan bisnisnya. Faktor legal merupakan legalitas dalam menjalankan suatu usaha , legalitas konveksi rumahan yang terdiri dari memiliki Izin Usaha Industri (IUI) yang terdapat pada Pasal 2 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 107 Tahun 2015 disebutkan mengenai Izin Usaha Industri (“PP 107/2015”) mewajibkan setiap kegiatan industri untuk memiliki Izin Usaha Industri (IUI). Dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) terdapat pada Pasal 2 ayat (1) Permendag 46/2009.

Sumber : <http://ruanghukum.co.id/publication/izin-usaha-konveksi-rumahan>

Dengan ada nya perizinan usaha dapat menjamin keamanan konsumen dan melindungi hak merek pelaku usaha serta tidak hanya perizinan usaha , *Byclovin_id* juga harus memperhatikan peraturan pemerintah mengenai ketenagakerjaan.



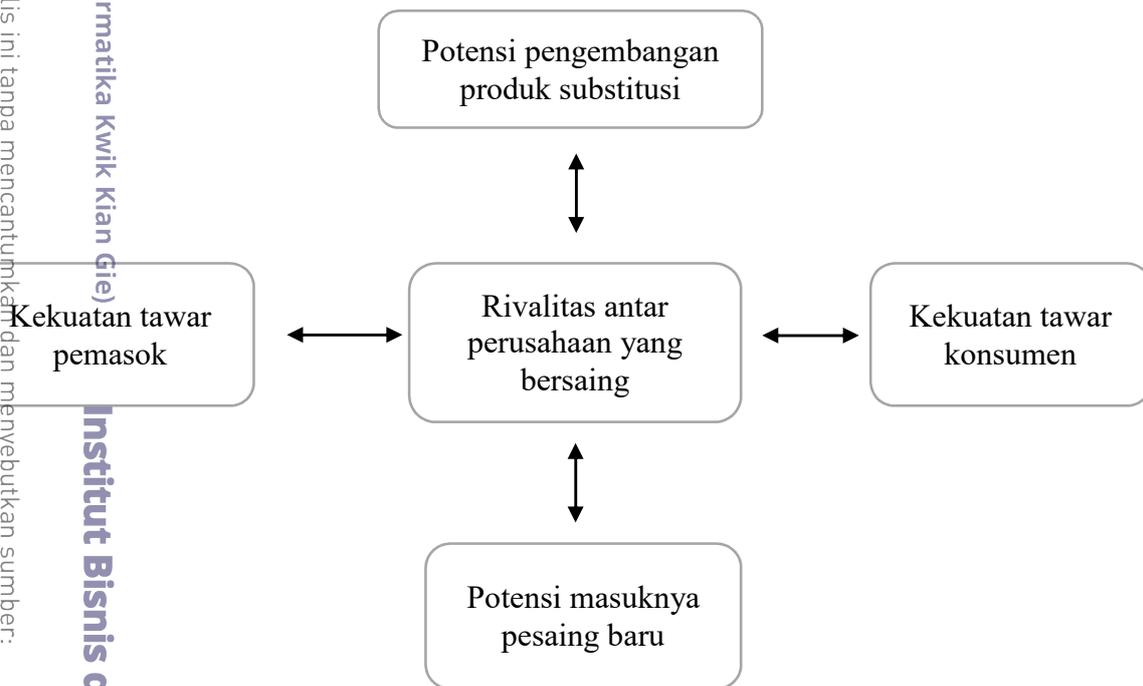
D. Analisis Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Five Forces Business Model)

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2017:229), “ *Porter’s Five Forces Model*

of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries”. Yang artinya adalah lima kekuatan persaingan model porter merupakan pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industry, dan intensitas persaingan antar perusahaan bervariasi secara luas di industri berbeda. Berikut ini adalah gambar dari lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam industri menurut Porter :

Gambar 3.2

Porter’ Five – Forces Model



Sumber : Fred R. David dan Forest R. David (2017 : 229), Manajemen Strategik.

1. *Competitive Rivalry* (Persaingan Antar Perusahaan Yang Ada)

Dalam dunia bisnis tentunya mempunyai pesaing yang bermain di industri yang sama. Banyaknya pesaing yang industri *fashion* menjadi bukti bahwa permintaan *fashion* yang meningkat, sehingga banyak pelaku usaha yang terjun dalam industri



sejenis. Sehingga untuk membedakan dengan pesaing yang lain Byclovin_id menyusun strategi dan inovasi agar dapat mempunyai keunggulan bersaing dan menguasai pasar.

Persaingan antar industri *fashion* pada Byclovin_id cukup tinggi, karena pada jaman sekarang banyak wanita yang mencari pakaian melalui *online* dan banyak pesaing baru yang juga membuka bisnis *fashion online*. Namun Byclovin_id memiliki keunikan dari pesaing lain yaitu model pakaian Byclovin_id di desain sendiri dan Byclovin_id juga menjual desain yang kekinian serta juga menjual desain pakaian kekinian yang dimodifikasi agar tidak sama persis dengan pesaing nya. Pelayanan yang nyaman, cepat ramah dan membantu solusi konsumen. Byclovin_id akan berfokus pada konsumen supaya para konsumen tidak berpindah dengan mudah dan tetap memiliki permintaan yang terus bertumbuh terhadap Byclovin_id.

2. *Threat of New Entrances* (Ancaman Pendetang Baru)

Semakin permintaan konsumen yang meningkat pastinya juga banyak pesaing baru yang ingin terjun dalam industri yang sama sehingga sebagai pembisnis yang sudah berjual terlebih dahulu hal tersebut dapat menjadi ancaman. Pelaku usaha harus meningkatkan kewaspadaannya dan mempersiapkan strategi yang baik untuk melawan pesaing agar bisnis yang dijalankan kedepannya akan terus berjalan dan berkembang.

Byclovin_id adalah bisnis yang bergerak dibidang *fashion* dan secara umum banyak sekali pesaing pada bidang yang sama. Ditambah dengan adanya ancaman dari datangnya pendatang baru cukup tinggi, oleh karena itu Byclovin_id harus terus menciptakan inovasi dengan desain yang menarik, produk yang model yang lebih banyak agar konsumen dapat memilih sesuai kegunaannya dan memberikan pelayanan yang tetap konsisten seperti ramah, cepat merespon konsumen, membantu konsumen, mempersiapkan pesanan sesuai estimasi (1- 2 hari). Sehingga produk dan layanan yang telah diberikan sebaik mungkin, membuat konsumen tidak mudah berpindah dengan mudah.

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.

Ha Cipta Dilin Undang



3. *Bargaining Power of Suppliers* (Kekuatan Tawar Menawar Pemasok)

Pemasok merupakan salah satu peran penting dalam keberlangsungan operasional Byclovin_id, dengan mencari dan menggunakan pemasok yang terpercaya untuk bekerja sama dengan pemasok yang menyediakan bahan baku yang berkualitas, mutu terjamin, pengiriman tepat waktu serta dengan harga yang terjangkau. Setelah menemukan pemasok yang sesuai, Byclovin_id akan mengambil bahan baku secara grosir dan menjadi langganan.

Byclovin_id juga mempunyai pemasok cadangan, apabila jika terjadi pemasok utama mengalami masalah Byclovin_id akan tetap berjalan dengan baik. Selain itu, kualitas bahan baku yang baik juga dapat menjadi keunggulan tersendiri secara khusus bagi Byclovin_id dalam menghadapi para pesaing di industri sejenis

4. *Bargaining Power of Costumers* (Kekuatan Tawar Menawar Pembeli)

Salah satu kebutuhan pokok manusia adalah pakaian sehingga masyarakat akan memenuhi kebutuhannya. Byclovin_id menawarkan produk secara online sehingga memberikan peluang untuk konsumen yang tidak mempunyai waktu berpergian mencari kebutuhannya , dapat dijangkau masyarakat luas karena bersifat online , harga yang ditawarkan terjangkau, layanan yang baik dan kualitas yang bagus serta terdapat berbagai macam desain varian produk. Daya tawar pembeli terhadap Byclovin_id adalah sedang, karena terdapat banyak bisnis fashion pengganti yang sejenis.

5. *Threat of Substitutes* (Ancaman Produk Substitusi)

Pada bisnis pakaian, biasanya konsumen akan berpindah jika produk yang ditawarkan tidak sesuai saat diterima dan produk yang dijual antara harga dan kualitas tidak sesuai. Sehingga konsumen akan beralih ke toko lain yang lebih terpercaya dan pesaing

Ha Cipta miliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Ha 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.



yang memberikan harga dengan kualitas yang ditawarkan sesuai. Untuk mengatasi hal tersebut, Byclovin_id akan melakukan try on produk sesuai yang akan dijual, memberikan harga yang telah diukur sesuai kualitas yang diberikan, menyediakan beberapa macam varian model dan berusaha agar stock yang dijual selalu ada untuk memenuhi keinginan konsumen, agar konsumen tidak beralih ke toko lain mencari produk substitusi di tempat lain.

E. Analisis Faktor – Faktor Kunci Sukses (Competitive Profile Matriks / CPM)

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2017:236), “*The Competitive Profile Matrix identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm’s strategic position*”. Yang artinya adalah *Competitive Profile Matrix* adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industri, karena CPM mengidentifikasi pesaing utama perusahaan berdasarkan informasi pada matriks agar mengetahui kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki.

CPM digunakan untuk memudahkan menganalisis baik faktor eksternal maupun internal agar memudahkan pelaku usaha mengambil keputusan. *Critical success factor* dalam CPM mencakup kondisi internal dan kondisi eksternal perusahaan yang mengacu pada kelebihan dan kelemahan yang ditunjukkan pada angka 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan kecil, 2 = kelemahan kecil, 1 = kelemahan utama. Berikut adalah komponen-komponen yang terdapat pada metode Competitive Profile Matrix:

1. Critical Success Factor

Critical Success Faktor merupakan faktor dalam menentukan keberhasilan dalam menganalisis faktor IFE dan EFE perusahaan. Tentunya pada setiap perusahaan mempunyai keuntungan dan kerugian pada lingkungan internal maupun lingkungan

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa pencahayaan dalam bentuk 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.



eksternal. Faktor keberhasilan perusahaan mengacu pada analisis yang kuat dan akurat pada hal-hal yang dianggap penting dari sisi konsumen.

2. **Weight (Bobot)**

Bobot juga merupakan salah satu atribut pada faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan. Bobot yang berkisar 0,0 (yang berarti kurang penting) dan 1,0 (yang berarti sangat penting). Dan semua jumlah bobot harus sama dengan 1,0 jika total bobot bukanlah 1 berarti terjadi kesalahan sehingga harus diperbaiki dalam meletakkan bobot di salah satunya / beberapa faktor lain. Serta angka bobot yang ditunjukkan tersebut menunjukkan betapa pentingnya faktor tersebut dalam keberhasilan perusahaan.

3. **Rating (Peringkat)**

Peringkat dalam CPM digunakan untuk melihat respon perusahaan seberapa baik faktor penentu keberhasilan usaha. *Critical Success Factors* memiliki peringkat yang berkisar antara 4 sampai 1, dimana semakin tinggi rating yang didapatkan menunjukkan respon yang baik bagi perusahaan, sebaliknya jika rating yang didapatkan rendah menunjukkan respon yang kurang baik. Serta bahwa perusahaan dapat diberi peringkat yang sama untuk faktor yang sama. Terdapat beberapa poin dalam peringkat CPM :

- Peringkat diterapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan
- Respon paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan
- Respon rata-rata diwakili oleh angka 2,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.
- Respon di atas rata-rata diwakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan.
- Respon yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh 4,0

4. **Score (Skor)**

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.



Setiap perusahaan memiliki skor pada masing-masing faktor. Skor merupakan hasil perbandingan antara bobot dengan peringkat. Dan perusahaan yang mendapat nilai total tertinggi relatif lebih kuat dari pesaingnya.

5. Total Score

Pada total skor, jumlah nilai akhir harus berkisar antara 1(rendah) hingga 4 (tinggi). Total skor memiliki nilai rata rata untuk CPM Matrik yaitu 2,5. Dimana jika perusahaan memiliki hasil dibawah 2,5 dinyatakan posisi persaingan dianggap lemah sedangkan jika hasil rata rata diatas 2,5 dinyatakan posisi persaingan dianggap kuat. Dari hasil perbandingan total CPM yang ada, nilai total skor paling tinggi dianggap memenangi persaingan yang ada.

Sumber : <https://mochamadbadowi.com/news/competitive-profile-matrix-cpm.html>

Berikut adalah tabel Competitive Profile Matrix pada Byclovin_id :

Tabel 3. 2

Competitive Profile Matrix Byclovin_id

Byclovin_id	Dollathelabel	BronzeBehavior
--------------------	----------------------	-----------------------

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.



Critical Success Factor	Bobot	Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Bahan baku	0,12	4	0,48	4	0,48	4	0,48
Harga	0,12	3	0,36	2	0,24	2	0,24
Pelayanan	0,12	3	0,36	3	0,36	2	0,24
Varian Produk	0,13	3	0,39	3	0,39	3	0,39
Ready stock	0,13	3	0,39	3	0,39	2	0,26
Design	0,12	3	0,36	3	0,36	3	0,36
Merek	0,12	1	0,12	3	0,36	2	0,24
Belanja online untuk memudahkan	0,13	4	0,52	4	0,52	4	0,52
TOTAL	1		2,98		3,1		2,73

Data diolah oleh : Byclovin_id

Keterangan :

1. Nilai tertinggi pada bobot adalah faktor terpenting dalam kesuksesan bisnis.
2. Nilai total dari bobot harus 1 / tidak dapat lebih
3. Score yang ada mengarah pada kekuatan dan kelemahan, yaitu : 1= kelemahan utama , 2 = kelemahan kecil, 3 = kekuatan kecil , 4 = kekuatan utama.
4. Hasil nilai yang didapatkan pada masing – masing usaha merupakan hasil perkalian dari peringkat ke bobot.

Berdasarkan, angka bobot yang tertera di analisis CPM didapatkan dari hasil kuisisioner responden laki-laki dan perempuan yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa, karyawan maupun wiraswasta.

Berdasarkan perhitungan pada tabel diatas, menunjukan bahwa Byclovin_id memiliki dua pesaing yaitu “Dollathelabel” dan “Bronzebehavior”. Angka yang tertera di tabel menjelaskan tentang kelebihan dan kelemahan dari masing-masing perusahaan pada faktor yang ada agar dapat membuat strategi dan mempertahankan keunggulan dari pesaing. Namun



secara keseluruhan Dollathelabel lebih unggul dibandingkan Byclovin_id dan Bronzebehavior

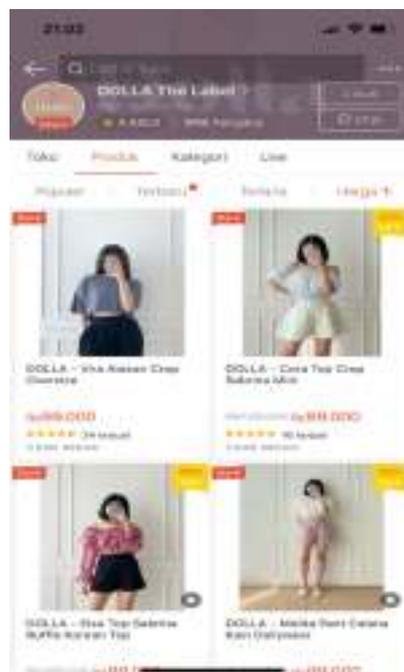
, dapat dilihat dari :

1. Poin pada harga, paling lemah diperoleh oleh bronzebehavior karena menjual produk paling murah seharga Rp120.000 rupiah, dollathelabel diharga Rp.99.000 rupiah dan byclovin diharga Rp.85.000 rupiah.

Gambar 3.3
Bronze Behavior



Gambar 3.4
Dollathelabel



Gambar 3.5
Byclovin_id

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
IBIKKG (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.

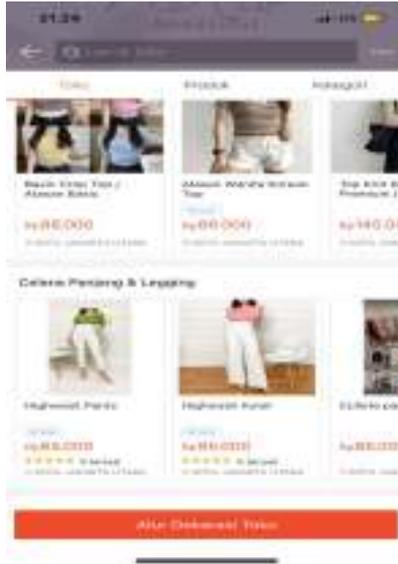
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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

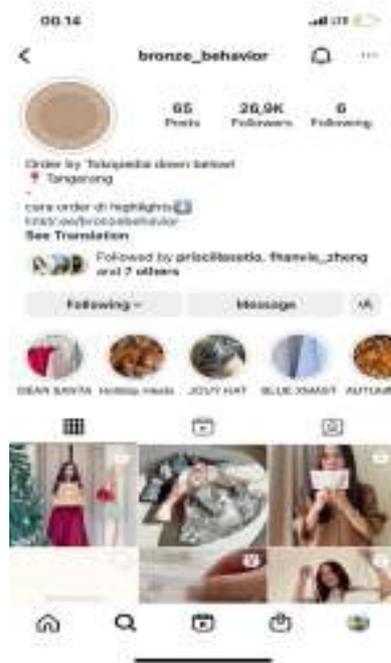


2. Pada poin merek yang paling kuat ialah dollathelabel karena mempunyai followers/pengikut di Instagram paling banyak.

Gambar 3.6
Dollathelabel



Gambar 3.7
Bronze Behavior



3. Pada poin pelayanan, yang paling lemah ialah Bronzebehavior karena membalas chat customer paling lambat (sampai sehari – hari), bahkan tidak direspon.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT mempunyai 4 komponen dasar yang berbeda – beda, terdiri dari *Strength*

atau kekuatan yang merupakan situasi atau kondisi kekuatan dari organisasi, *Weakness* atau

kelemahan yang merupakan situasi atau kondisi kelemahan dari organisasi , *Opportunities*

peluang yang merupakan situasi atau kondisi peluang yang berasal dari luar organisasi , dan

Threats /ancaman yang merupakan situasi ancaman bagi organisasi yang datang dari luar

organisasi dan dapat mengancam eksistensi organisasi pada masa depan. Analisis SWOT

digunakan untuk merencanakan strategi dan menganalisis masalah pada suatu bisnis. Berikut

adalah analisis SWOT pada Byclovin_id :

1. *Strengths* (Kekuatan):

- a. Bahan baku yang berkualitas dengan harga yang sesuai.
- b. Pelayanan yang ramah dan sopan.
- c. Produk dijual secara *online* yang akan memudahkan konsumen untuk ditemukan dan diakses masyarakat luas.
- d. Produk yang ditawarkan terdiri dari banyak varian & *ready stock*.

2. *Weakness* (Kelemahan) :

- a. Merek belum dikenal masyarakat luas.
- b. Konsumen tidak dapat melihat dan mencoba produk karena penjualan bersifat *online*.

3. *Opportunities* (Peluang) :

- a. Gaya hidup masyarakat yang konsumtif.
- b. Industri *fashion* yang sedang meningkat pesat.
- c. Bisnis *fashion* yang terus berkembang.

4. *Threats* (Ancaman) :

- a. Terdapat banyak bisnis *fashion*.





- b. Banyak nya pesaing yang lebih berpengalaman.
- c. Selera masyarakat yang selalu berubah – ubah.
- d. Potensi adanya peniruan produk.

Tabel 3. 3
Analisis SWOT Analysis

SWOT	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
		1. Bahan baku yang berkualitas Dengan harga yang sesuai. 2. Pelayanan yang ramah dan sopan. 3. Produk dijual secara <i>online</i> yang akan memudahkan konsumen untuk ditemukan dan diakses masyarakat luas. 4. Produk yang ditawarkan terdiri dari banyak varian & <i>ready stock</i>
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
1. Gaya hidup masyarakat yang konsumtif 2. Industri <i>fashion</i> yang sedang meningkat pesat 3. Bisnis <i>fashion</i> yang terus berkembang pesat	1. Bekerja sama dengan pemasok bahan baku berkualitas sehingga produk yang ditawarkan berkualitas (S1, S4,O1,O2) 2. Melatih karyawan untuk melayani konsumen dengan ramah dan sopan serta memberikan promo pada hari – hari tertentu (seperti 12.12) (S2,S3,O3)	1. Melakukan promosi lewat media sosial (W1,O1,O2,O3) 2. Melakukan <i>pop up store</i> /bazar (W2,O1,O1)
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Terdapat banyak bisnis <i>fashion</i> 2. Banyak nya pesaing yang lebih berpengalaman 3. Selera masyarakat yang selalu berubah – ubah 4. Potensi adanya peniruan produk	1. Melakukan inovasi produk yang lebih menarik dan kreatif (S1,S4,T1,T2,T4) 2. Membuat produk yang mempunyai ciri khas pada setiap produk (S4,T3) 3. Meningkatkan pelayanan yang lebih baik agar menciptakan <i>brand image</i> yang positif (S2,S3,S4,T1,T2)	1. Mengendorse <i>influencer</i> (W1, W2,T1,T2,T3) 2. Mengikuti pemasaran yang tepat untuk mengatasi pesaing (W2,T1,T2,S1)

Data diolah Oleh: Byclovin_id,2023

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 izin IBIKKG.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan karya, seminar, pertemuan, atau pertukaran informasi.

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.