



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Analisis industri pesaing adalah analisis yang sangat dibutuhkan oleh seorang pengusaha. Hal ini dikarenakan dalam setiap kegiatan bisnis yang dijalankan, akan selalu ditemukan *competitor* ataupun pesaing, hal ini merupakan sesuatu yang tidak dapat dicegah. Analisis industri pesaing bertujuan untuk membandingkan dua atau lebih suatu bisnis apakah memiliki peluang yang besar di masyarakat dan layak untuk dijalankan atau tidak. Dengan melakukan analisis industri pesaing ini dapat lebih mudah untuk dilihat probabilitas keberhasilan suatu bisnis disebabkan pemilik bisnis ikut mendalami karakteristik pasar yang sedang dijalani serta dapat meminimalisir resiko dan masalah yang mungkin akan timbul kedepannya.

Masing-masing industri mempunyai Karakteristik yang berbeda-beda pula baik dari segi ekonomi, lingkungan, pasar, dan prospek jangka panjangnya. Selain itu, Pengaruh berubahnya perkembangan industri saat ini berdampak pada keberhasilan dan berlangsungnya bisnis itu sendiri. Semakin pesat Perkembangan teknologi, kreativitas, dan inovasi maka akan semakin besar pula tantangan baru dalam industri. Dalam hal ini diharapkan analisis industri dapat membantu mendapatkan hasil penelitian yang kedepannya sangat berguna bagi bisnis, seperti menentukan strategi apa yang akan digunakan dan apa yang harus dilakukan untuk jangka panjang.

Analisis ini juga dilakukan untuk menghadapi perkembangan akibat perubahan yang ada serta meminimalisir resiko ketidakpastian dalam bisnis. Setelah melakukan analisis ini, pebisnis akan melihat kelayakan suatu bisnis yang nantinya

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.

menjadi acuan dan pertimbangan untuk menjalankan bisnis, dan dapat melihat peluang-peluang baru yang berkaitan dengan bisnis tersebut.

3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Bisnis industri perlengkapan kebutuhan hewan selalu memiliki peminat yang tinggi, karna banyak nya masyarakat Indonesia yang memelihara hewan peliharaan terutama hewan peliharaan anjing dan kucing, sangat banyak produk perlengkapan hewan yang sudah beredar di pasaran, mulai dari makanan sampai peralatan main dan sebagainya. disini penulis melihat bahwa kebutuhan sabun mandi untuk anjing dan kucing menjadi salah satu produk yang memiliki jumlah permintaan tinggi. Penulis melihat pertumbuhan trend dari beberapa pengikut social media anjing dan kucing yang ada di Instagram.

Gambar 3.1
Instagram Pecinta Anjing Jakarta



Sumber : <https://instagram.com/jakartadoglovers?igshid=NDk5N2NIZjQ=>



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.



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.

Gambar 3.2
Instagram Pecinta Kucing



Sumber : <https://instagram.com/kucing.gembull?igshid=NDk5N2NlZjQ=>

Dengan melihat banyak jumlah nya pengikut komunitas anjing dan kucing, penulis yakin produk sabun mandi anjing dan kucing ini akan menjadi kebutuhan penting bagi para pemelihara anjing dan kucing di seluruh Indonesia. Dan penulis yakin bahwa produk *Shampo Brosman* akan memenuhi kebutuhan para konsumen.

3.2 Analisis Pesaing

Perubahan berlalu dengan sangat cepat dan tanpa mengenal adanya waktu. Perubahan selalu terjadi pada lingkungan, pasar, gaya hidup, teknologi, ekonomi, dan kondisi lainnya. Kreativitas dan inovasi harus tetap dipertahankan agar bisnis dapat bertahan lama di pasar serta dapat mengungguli pesaing-pesaing yang ada. Keberhasilan suatu bisnis terjadi jika pebisnis mampu membaca dan menganalisis kekurangan dan kelebihan pesaing, sebagai acuan kita untuk dapat menentukan strategi apa yang akan dilakukan untuk memenangkan persaingan di industri bisnis perlengkapan hewan.

Pesaing adalah perusahaan yang menawarkan produk dan jasa sejenis di pasar yang sama. Pasar dapat mencakup area geografis ataupun segmentasi produk. Agar dapat menetapkan strategi yang efektif, pebisnis membutuhkan data dan informasi dari



para pesaing terdekat yang ada di sekitar tempat usaha itu berdiri. Data ini bersumber dari produk, harga, saluran distribusi maupun saluran promosi yang dilakukan oleh pesaing dekatnya. Dengan cara ini, pebisnis akan dapat menemukan bidang-bidang yang berpotensi untuk dijadikan keunggulan sekaligus mengetahui pula kelemahan pesaing yang dapat diungguli. Pengetahuan mengenai pesaing akan membantu pebisnis dalam menetapkan strategi yang tepat, untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan bisnis sekaligus mengikuti sisi positif dari pesaing.

Tabel 3.1
Analisis Pesaing “Shampo Anjing Dan Kucing Brosman”

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
<i>Clever Solutions</i>	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki harum yang unik. Sudah memiliki nama di E-commerce. Memiliki produk yang beragam. Memiliki testimoni yang banyak di e-commerce. 	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki harga yang cukup tinggi Memiliki kemasan yang kurang menarik Memiliki wangi yang tidak kuat
<i>Fresh</i>	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki Produk dengan wangi yang bervariasi . Sudah memiliki nama di E-commerce. 	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki produk kemasan yang kurang menarik. Harga yang diberikan agak mahal .

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.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>3. Menjadi produk terlaris di Shopee.</p> <p>4. Memiliki wangi yang harum dan tahan lama.</p>	<p>3. Beberapa variasi tidak banyak peminatnya.</p>
--	--	---

Dapat dilihat pada label diatas, bahwa data pesaing dalam industri ini ada yang merupakan produk yang unggul tetapi masih memiliki kekurangan. Untuk menghadapi pesaing, penulis menawarkan produk yang lebih baik dengan mutu yang tidak kalah bagus dengan para pesaing. Namun dengan begitu, tetap diperlukan strategi dan Analisa yang baik dalam menghadapi pesaing agar nama perusahaan dapat menonjol di mata masyarakat.

3.3 Analisis PESTEL (*Political, Economy, Social, Technology, Environment dan Legal*)

Analisis PESTEL dilakukan untuk dapat lebih mengetahui apa saja faktor eksternal yang mempengaruhi suatu bisnis, agar dapat lebih unggul dalam persaingan dengan pebisnis lainnya dan menjadikan perusahaan menjadi pemimpin pasar. Analisis ini dibuat untuk dapat menggali potensi yang bisa digali dari bisnis ini dan melihat kesempatan yang ada di pasar, serta ancaman yang harus dihindari agar berubah menjadi peluang untuk kedepannya. Menurut David (2017:221), kekuatan eksternal PESTEL dibagi menjadi 6 kategori yaitu:

1. *Politic* (Politik)

Faktor politik dapat merepresentasikan peluang atau ancaman bagi sebuah perusahaan. Maka dari itu, sebagai pelaku bisnis sangat penting dalam memperhatikan kebijakan politik, dan juga regulasi yang berlaku, yang ditetapkan oleh pemerintah karena dapat memberi pengaruh signifikan pada perusahaan dan

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.



demi kelancaran bisnis yang dijalani. Dalam kegiatan pemasaran global, seorang pebisnis harus benar-benar sadar dan mengetahui kondisi politik lokal maupun global serta kegiatan-kegiatan politik nasional dan internasional.

Jika terjadi masalah dan menyebabkan perang atau pandemi aktivitas bisnis akan terhenti dan memberikan dampak negatif bagi seluruh sektor industri. Investor yang pergi menyebabkan kehilangan sebagian sumber dana. Ketika sumber dana berkurang, kemampuan produsen untuk memproduksi barang akan semakin sulit karena tidak ada daya beli untuk produksi.

Akibatnya adanya kelangkaan bahan baku dan menyebabkan harga-harga menjadi tinggi (inflasi). Ketika harga naik akan berkurang jumlah konsumen. Hal ini menjadi ancaman untuk *Shampo Brosman*. Namun keadaan sebaliknya, jika kondisi politik stabil maka banyak investor yang akan datang dan menyebabkan harga-harga bahan baku turun karena bertambahnya sumber dana. Ini adalah kesempatan bagi *Shampo Brosman* untuk mendapatkan profit yang lebih tinggi.

2. *Economy* (Ekonomi)

Faktor ekonomi cukup berpengaruh terhadap bisnis ini. Adanya pertumbuhan pasar akan diikuti oleh peningkatan kekayaan konsumen dan bisnis yang semakin meluas dikarenakan terjadi kenaikan pendapatan. Ini akan berdampak positif bagi *Shampoo Brosman* karena konsumen kemungkinan akan semakin banyak membelanjakan uangnya dan bisnis akan mendapatkan keuntungan yang meningkat. Hal ini akan memperluas bisnis untuk dapat berkembang lebih baik lagi. Namun, jika terjadi sebaliknya maka setiap pengusaha yang ada harus berhati-hati karena daya beli menurun dan berdampak buruk bagi bisnis. Tingkat pertumbuhan ekonomi yang positif menjadi peluang bagi *Shampo Brosman* untuk dapat bertumbuh lebih besar.

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.



Disamping itu, juga perlu diperhatikan tentang perubahan ekonomi negara seperti tingkat inflasi dan nilai rupiah karena nantinya akan berdampak pada harga jual.

3. *Social* (Sosial)

Faktor sosial budaya sangat penting dalam dunia bisnis ini karena hal ini sangat erat hubungannya dengan perilaku dan gaya hidup konsumen dengan segala kedinamisannya. Perilaku konsumen sangat mempengaruhi pola pikir, pola sikap, dan pola tindak dari masing-masing individu terhadap segala macam kondisi. Aspek utama dari faktor sosial merupakan gaya hidup dan tren di kalangan masyarakat yang didukung dengan perkembangan teknologi. Tren yang sedang berlaku dimasyarakat akan mempengaruhi minat dari konsumen. Perlu untuk pelaku bisnis untuk mengetahui tren apa saja yang sedang terjadi dan diminati masyarakat dan dengan cara apa bisnis yang dijalani dapat menyesuaikan dengan tren tersebut.

Jika masyarakat mulai memelihara hewan peliharaan anjing dan kucing untuk kebutuhan emosional, maka bisnis shampo anjing dan kucing akan berpengaruh positif, karna semakin tinggi minat masyarakat untuk memelihara hewan semakin tinggi juga produk yang dibutuhkan untuk hewan peliharaan, dan ini sangat terbukti dari sebelum *pandemic* bahkan sampai setelah *pandemic* mulai berakhir, para pecinta anjing dan kucing meningkat cukup tinggi, akibat gaya hidup masyarakat yang ingin memiliki hewan peliharaan sebagai pemenuhan kebutuhan emosional.

4. *Technology* (Teknologi)

Semakin majunya zaman, perkembangan dan inovasi teknologi berlangsung dengan cepat dan pesat, *Social Media* menjadi tempat para konsumen membagikan foto peliharaan kesayangan mereka, ini akan membuat minta para calon konsumen untuk memelihara hewan meningkat, dan menjadi bukti bahwa peminat anjing dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



kucing naik, di lihat dari harga yang semakin tinggi dibandingkan dengan sebelum pandemic, teknologi ini juga akan berpengaruh dalam pebisnis menjual produk dan memperkenalkan produk *Shampoo Brosman* ke masyarakat.

5. *Environment* (Lingkungan)

Faktor lingkungan sangat berpengaruh pada jalannya aktivitas bisnis *Shampo Brosman* dalam perencanaan bisnis dan pengambilan keputusan kedepannya. Kondisi lingkungan sangat menentukan apakah bisnis yang didirikan bisa berjalan dengan baik atau tidak, karena lingkungan sekitar usaha bisnis harus memiliki dampak yang positif bagi keberlangsungan usaha kedepannya,

Dilihat dari beberapa *mall* di Jakarta yang mulai memperbolehkan membawa hewan peliharaan ke tempat peberlanjaan, akan membuat minat untuk memelihara hewan yang tinggi, untuk para pecinta anjing dan kucing pasti sangat senang jika membawa hewan peliharaan nya ke *mall* dan hewan peliharaan mereka memiliki bulu yang bersih dan sehat.

6. *Legal* (Hukum)

Hukum atau kebijakan negara adalah sesuatu yang harus ditaati oleh seluruh pebisnis dimanapun itu. Setiap proses bisnis yang dijalankan harus memperhatikan kebijakan yang sudah ada, karena bila melanggar akan mendapatkan sanksi atau hukuman legal dari negara. Suatu usaha yang tidak mempunyai surat izin yang lengkap tidak dapat beroperasi dan dapat dikenakan denda yang harus dibayar jika melanggar peraturan yang berlaku. *Shampo Brosman* harus memiliki beberapa izin usaha, seperti NIB, NPWP pemilik usaha, sertifikat BPOM, agar bisnis dapat berjalan lancar dan tidak akan terjadi masalah-masalah yang tidak diinginkan di kemudian hari.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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 IBI RKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



3.4 Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter

Prediksi industri bertujuan untuk memperkirakan jumlah permintaan di masa yang akan datang berdasarkan situasi dan kondisi yang terjadi dengan tujuan sebagai data untuk mengantisipasi perubahan permintaan di masa depan. Dengan prediksi yang diperkirakan dengan matang berdasarkan data-data yang lengkap dan akurat maka hasil prediksi dapat mendekati ketepatan dengan kondisi masa depan akan membuat pengusaha lebih mudah beradaptasi dan percaya diri untuk melihat kedepan.

Menurut David (2017:229) *Porter's Five-Forces Model* dalam analisis bersaing adalah pendekatan kompetitif yang secara luas digunakan untuk mengembangkan strategi dalam banyak industri. Dalam menganalisis bisnis dalam lingkungan persaingan harus mampu mengidentifikasi lima kekuatan yang menentukan daya tarik jangka panjang sebuah pasar atau segmen pasar, yaitu persaingan sejenis di dalam industri, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan dari produk substitusi, daya tawar pemasok, dan daya tawar pembeli. Berikut adalah analisis *Porter's Five-Forces Model* dari Usaha *Shampo Brosman*.

Gambar 3.3
The Five-Forces Model of Competition



Sumber: Fred R. David (2017:229), *Strategic Management*

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.



1. Rivalry among competing firms

Membuat usaha di negara manapun pastinya tidak akan luput dari hadirnya pesaing yang telah bermain di industri yang sama. Tekanan yang paling besar dari kelima kekuatan di kebanyakan industri adalah persaingan yang ada di antara perusahaan yang bersaing dalam sebuah pasar tertentu. Setiap bisnis yang berjalan saling bersaing untuk mendapatkan keunggulan bersaing dan menguasai pasar. Ketika suatu bisnis menciptakan suatu inovasi atau mengembangkan suatu strategi yang unik dan mengubah pasar, bisnis pesaingnya harus beradaptasi serta menghadapi resiko terlempar keluar dari bisnisnya. Tekanan ini membuat pasar sebagai tempat yang sangat dinamis dan kompetitif.

Shampo Brosman memiliki beberapa pesaing diantaranya adalah *Shampo Fresh* dan *Clever Solutions*. *Shampo Brosman* yakin akan lebih unggul dari pesaing tersebut, karena menawarkan harga yang kompetitif untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan kualitas yang baik serta harga yang terjangkau. Tentu nya *Shampo Brosman* akan menjadi produk yang unggul.

2. Potential Entry of New Competitors

Menurut David (2017:231), kapanpun perusahaan baru dapat dengan mudah masuk dalam industri tertentu, intensitas persaingan di antara perusahaan meningkat. Semakin besar kumpulan calon pemain baru dalam suatu industri, semakin besar pula ancamannya bagi perusahaan yang telah ada dalam suatu industri tersebut. Bisnis shampo anjing dan kucing sangat memungkinkan untuk dimasuki oleh pesaing baru. Karena bisnis ini sangat memberikan keuntungan yang menjanjikan, namun harus didukung dengan konsep strategi dan manajemen yang tepat untuk pasar yang dituju. Setiap pelaku bisnis yang bergerak pada bidang shampo anjing dan kucing yang sama, pasti saling berlomba-lomba untuk menjadi *market leader*. Kondisi tersebut tidak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



menyudutkan posisi pemain baru yang benar-benar mantap ingin memasuki bidang tersebut. Mudah-mudahan memasuki industri ini memaksa para pelaku bisnis untuk terus memperluas *product knowledge* dan berinovasi, agar bisnis tidak mati atau tergeser dengan konsep ide pemain baru yang lebih diminati masyarakat. Maka dari itu pelaku bisnis yang telah menjalankan bisnisnya harus sering melakukan evaluasi dan pengembangan produk atau usaha bisnis.

Shampo Brosman dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis harus gencar untuk melakukan usaha-usaha seperti pemasaran untuk menciptakan *brand image* agar bisnis tertanam dibenak konsumen, meningkatkan pelayanan dengan selalu meminta *feedback* dan rajin melihat *review-review* dari beberapa platform *e-commerce*, melakukan observasi pasar, dan kerjasama dengan *influencer pet lovers* baik secara langsung ataupun melalui media sosial agar produk dikenal masyarakat luas, menciptakan suatu hal yang baru sehingga menarik perhatian konsumen,

3. *Potential Development of Substitute Product*

Menurut David (2017:231), kekuatan bersaing produk substitusi paling baik diukur dari pemantauan ke dalam pangsa pasar yang diperoleh produk, dan juga rencana perusahaan untuk meningkatkan kapasitas dan penetrasi pasar. Produk pengganti memiliki peran yang sangat kuat dalam menarik perhatian konsumen. Hal ini terjadi biasanya karena pelaku bisnis tidak berkembang pada produknya sehingga tidak ada pembaharuan. Produk pengganti dapat menjadi pilihan alternatif secara penuh bagi konsumen yang tercipta karena harga yang lebih murah, lebih praktis dan efisien, memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat yang selalu berubah.

Shampo Brosman memiliki ancaman yang cukup tinggi karena setiap individu yang ingin menggunakan produk kebersihan anjing dan kucing dapat membeli produk lain dengan mudah di *e-commerce* yang tersedia. Selain itu, orang-orang juga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



sekarang suka segala sesuatu yang praktis sehingga akan terciptanya produk *dry shampo* tetapi ini akan menjadi pertimbangan inovasi produk bagi *Shampo Brosman*.

4. *Bargaining Power of Suppliers*

Menurut David (2017:231), kekuatan posisi tawar pemasok memengaruhi intensitas persaingan dalam industri, terutama ketika hanya ada beberapa pemasok, ketika ada beberapa bahan mentah substitusi yang baik, atau ketika biaya perubahan bahan mentah tinggi. Semakin banyaknya jumlah pemasok yang menawarkan produk dan jasa yang sama, maka semakin besar kesempatan kita untuk melakukan tawar-menawar dengan pemasok. Namun kondisi akan berbeda apabila pemasok di pasaran sedikit, hal tersebut akan memberikan kita kesempatan tawar-menawar yang kecil dan terpaksa mengikuti penawaran dari pemasok.

Shampo Brosman memiliki bahan baku yang tidak terlalu banyak dan memiliki pemasok bahan baku yang banyak dan berkualitas. Hal ini membuat daya tawar *milik usaha* tinggi, karena untuk mendapatkan pemasok yang memiliki bahan baku yang berkualitas mudah sehingga mengambil keputusan untuk berpindah pemasok mudah. Kondisi ini dapat memudahkan *Shampo Brosman*. Untuk itu diperlukannya perhatian khusus dalam memilih bahan baku yang baik serta membangun hubungan yang baik dengan pemasok agar tetap mendapatkan bahan baku yang berkualitas tinggi dan harga yang stabil.

5. *Bargaining Power of Consumers*

Menurut David (2017:232), ketika pelanggan berkonsentrasi atau besar dalam jumlah atau membeli dalam volume yang besar, kekuatan daya tawar mereka mempresentasikan kekuatan besar yang memengaruhi intensitas bersaing dalam industri. Konsumen memperoleh peningkatan kekuatan daya tawar ketika mereka dapat berpindah ke merek atau produk lain secara mudah, penjual berusaha menghadapi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

permintaan pelanggan yang menurun, dan ketika mereka mendapat informasi mengenai produk, harga, dan biaya penjual.

Dalam hal ini, ancaman dari *Shampo Brosman* adalah pesaing. Konsumen akan beralih jika ada pesaing menghadirkan barang sejenis yang lebih murah dan lebih dan memiliki wangi yang beragam dan tahan lama. Untuk itu, sangat penting bagi *Shampo Brosman* untuk selalu menciptakan inovasi produk seperti membuat wangi ciri khas sendiri sehingga konsumen sulit menemukan produk serupa ditempat lain, selalu melakukan *quality control* bahan baku kemasan / design produk agar produk yang diterima konsumen memiliki wangi yang harum dan kualitas yang tinggi.

3.5 Analisis Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix*)

Menurut David dan David (2017:36), *Competitive Profile Matrix* yakni mengidentifikasi pesaing utama perusahaan serta kekuatan dan kelemahannya dalam kaitannya dengan posisi strategis perusahaan sampel. Analisis CPM juga dapat membantu perusahaan untuk menganalisis siapa pesaing yang menjadi saingan perusahaan sehingga perusahaan dapat lebih mudah mengenal aspek yang akan dianalisis, yang diidentifikasi kan dengan penilaian sebagai berikut :

- 4 – Sangat Penting
- 3 – Penting
- 2 – Tidak Penting
- 1 – Sangat Tidak Penting

a. *Critical Success Factor*

Critical Success Factor merupakan faktor-faktor yang menentukan keberhasilan, diperoleh dari analisis mendalam lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Tentunya di setiap perusahaan dapat ditemukan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki dalam lingkup internal dan eksternal perusahaan. Oleh





karena itu, jika nilai rating yang diperoleh dari CPM mendapat angka yang tinggi maka, strategi perusahaan telah diambil dengan baik. Namun, jika nilai rating yang diperoleh lebih rendah maka, strategi perusahaan masih belum menghasilkan output yang diharapkan.

b. Weight (Bobot)

Atribut bobot di Competitive Profile Matrix menunjukkan kepentingan relatif dari faktor keberhasilan dalam industri perusahaan, bobot berkisar dari 0,0 (yang berarti tidak penting) sampai 1,0 (berarti penting), jumlah total bobot yang dihitung harus sama dengan 1,0.

c. Rating (Penilaian)

Rating dalam *Competitive Profile Matrix* Menunjukkan respons perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan bisnis semakin tinggi rating yang diperoleh saat itu, menunjukkan respon yang baik dari perusahaan terhadap *Critical Success Factor*, dan sebaliknya *rating* rendah menunjukkan respon yang buruk. *Rating* dengan kisaran antara 1,0 – 4,0 dan dapat diterapkan untuk berbagai faktor.

Ada beberapa point penting terkait faktor yang ada di *rating* di CPM :

- 1) Rating ditetapkan untuk setiap faktor yang ada di perusahaan.
- 2) Respon terendah akan dimulai oleh 1.0 yang menunjukkan bahwa ini adalah kelemahan utama perusahaan (*Very Weak*)
- 3) Respon rata-rata didahului oleh 2.0 yang menunjukkan bahwa ini adalah kelemahan kecil perusahaan (*Weak*)
- 4) Respon rata-rata di atas dimulai dengan angka 3.0 yang menunjukkan keuntungan kecil dalam perusahaan (*Strong*).

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



5) Tanggapan yang menyatakan bahwa perusahaan lebih unggul diwakili oleh angka 4.0 (*Very Strong*).

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

d. Total Weighted Score

Jumlah semua nilai sama dengan skor seimbang total, nilai akhir dari total skor seimbang harus antara kisaran 4 (tinggi) hingga 1 (rendah). Nilai tertimbang rata-rata untuk matriks CPM adalah 2,5 di mana setiap perusahaan dengan skor total di bawah 2,5 dianggap rendah, sedangkan jika skor tertimbang total lebih tinggi 2,5 akan dianggap tinggi. Perbandingan perusahaan dari total CPM adalah perusahaan dengan nilai skor total tertimbang tertinggi yang dianggap sebagai pemenang di antara para pesaing.

Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix Usaha Shampo Brosman

Faktor Kunci Sukses	Bobot	Brosman		Fresh		Clever Solutions	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Harga	0,16	4	0,64	3	0,37	2	0,42
Design Kemasan	0,16	4	0,64	2	0,4	3	0,42
Pilihan Wangi	0,16	4	0,48	3	0,42	2	0,4
Ketahan Wangi	0,17	3	0,51	4	0,57	2	0,42
Nama Merk	0,17	3	0,34	4	0,4	2	0,32
Fungsi Produk	0,17	4	0,68	2	0,3	3	0,35
Total	1		3,29		2,46		2,33

Sumber : Usaha *Shampo Brosman*

Berdasarkan Tabel 3.2, angka bobot dalam tabel analisis *Competitive Profile Matrix* didapatkan dari hasil survei kuisioner dengan 33 responden. Berdasarkan dari perhitungan tabel diatas, dapat menunjukkan bahwa Usaha *Shampo Brosman* memiliki dua pesaing yakni Bangunan *Fresh* dan *Clever Solution*.

Berikut adalah penjelasan mengenai posisi dari pesaing Usaha *Shampo Brosman* berdasarkan Tabel.3.2 sebagai berikut :

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



a. Harga

Dalam bisnis Shampo anjing dan kucing, Harga merupakan hal yang penting dalam persaingan, dimana kurangnya edukasi kepada konsumen, mereka cukup memiliki keinginan beli yang lebih tinggi tanpa melihat kelebihan dan kekurangan produk tersebut, disini produk *shampo brosmen*, memberikan harga yang lebih murah dari pada pesaing, tetapi juga memberikan kualitas produk yang lebih baik dari pada para pesaing yaitu *Fresh* dan *Clever Solution*.

b. Design Kemasan

Dalam bisnis Shampo anjing dan kucing, kemasan yang menarik juga memiliki daya tarik sendiri bagi para konsumennya, dengan melihat kemasan yang rapi, bersih, dan menarik. Jika melihat kemasan para pesaing, jenis botol yang dipakai shampo brosmen memiliki kemasan yang lebih efisien dimana tutup botol yang berbeda akan membuat penggunaan produk lebih boros atau tidak, jika dilihat produk shampo *Fresh* dan *Clever Solution*, kedua produk para pesaing memiliki tutup yang tidak menggunakan tutup pam sehingga produk menjadi lebih cepat boros pemakaiannya dan para konsumen akan memilih produk *Shampo Brosmen* karena memiliki tutup botol yang lebih efisien dan bentuknya lebih menarik.

c. Pilihan Wangi

Pilihan wangi menjadi penawaran yang cukup baik bagi para konsumen disini, hal yang cukup disayangkan adalah produk *Shampo Brosmen* memiliki pilihan wangi yang kurang beragam dari para pesaingnya, tetapi ini menjadi tantangan untuk penulis sendiri dalam mengembangkan produknya agar menjadi lebih baik, bisnis *Shampo Brosmen* hanya menawarkan 3 pilihan

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.



wangi tetapi produk para pesaing memiliki pilihan wangi yang lebih dari 3 wangi.

d. Ketahanan Wangi

Untuk ketahanan wangi, ini akan menjadi unggulan produk *Shampo Brosman* dimana produk bisnis penulis memiliki ketahanan wangi yang lebih lama dan busa yang lebih banyak dari pada shampo para pesaingnya, ini menjadi salah satu kunci sukses produk *Shampo Brosman* agar dapat menguasai pasar dan mengalahkan produk para pesaingnya.

e. Nama Merk

Dalam usaha shampo anjing dan kucing, nama merk tidak terlalu menjadi masalah bagi *Shampo Brosman*, bisa di buktikan bahwa para konsumen tidak terlalu mementingkan nama merk produk apakah sudah sering didengar atau belum, ini juga akan menjadi tantangan dan juga peluang bagi *Shampo Brosman* untuk masuk ke pasar dan juga tantangan karna akan produk serupa yang akan muncul di pasar, begitu juga dengan para pesaingnya ada yaitu *Fresh* dan *Clever Solution*

f. Fungsi Produk

Fungsi produk dalam usaha shampo anjing dan kucing, akan sangat menjadi penawaran yang sangat menjual, jika produk tersebut memiliki khasiat lebih dari pada produk yang lainnya, disini bisa di lihat bahwa *Shampo Brosman* memiliki produk yang menawarkan untuk mengobati permasalahan kutu dan jamur sedangkan para pesaingnya tidak memiliki khasiat tersebut, Produk *Clever Solution* dan *Fresh*, hanya memiliki sabun pembersih saja tapi tidak memiliki kelebihan produk lainnya.



3.6 Analisis Lingkungan Eskternal dan Internal (SWOT Analysis)

SWOT Analisis menurut David (2017:248), “*Strategy analysis and the choice seek to determine alternative courses of action that could best enable the firm to achieve its mission and objectives*”. (Sebuah analisis strategi dan pilihan untuk menentukan program alternatif yang terbaik yang memungkinkan perusahaan mencapai misi dan tujuannya.)

Tujuan sebuah perusahaan menggunakan analisis SWOT adalah untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi saat ini, tetapi analisis SWOT tidak bisa menjadi alat untuk memberikan jalan keluar terhadap masalah yang sedang dihadapi.

SWOT adalah singkatan dari:

- S = *Strength* (Kekuatan)
- W = *Weakness* (Kelemahan)
- O = *Opportunities* (Peluang)
- T = *Threats* (Ancaman)

Berikut ini adalah analisis SWOT dari *Shampo Brosman*:

a. *Strength* (S)

Berikut Keunggulan *Shampo Brosman* adalah :

- 1) Memiliki kemasan produk yang menarik
- 2) Kualitas produk memiliki keunggulan daya tahan wangi yang lama dibandingkan beberapa pesaing.
- 3) Memiliki keunggulan di khasiat produk.

b. *Weaknesses* (W)

Berikut adalah kelemahan usaha *Shampo Brosman* :

- 1) Nama *Merk* yang belum dikenal

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



- 2) Kurangnya ragam wangi yang tersedia.
- 3) Relasi pelanggan yang masih sempit

c. Opportunity (O)

Berikut adalah peluang yang dimiliki oleh bisnis *Shampo Brosman* :

- 1) Menjalin hubungan baik dengan Toko Distributor.
- 2) Meningkatnya bisnis online mempermudah untuk melakukan strategi promosi
- 3) Perkembangan media sosial yang semakin pesat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemesanan.

d. Threats (T)

Berikut ancaman yang dihadapi oleh *Shampo Brosman* :

- 1) Adanya potensi harga pesaing yang lebih murah.
- 2) Pemasok bahan baku yang tidak konsisten dengan kualitas produk.
- 3) Jumlah permintaan produk yang menurun akibat pesaing

Matriks SWOT adalah sebuah metode yang diguhkan untuk mencocokkan faktor internal dan eksternal perusahaan sehingga tercipta 4 jenis strategi, yaitu strategi SO atau perpaduan dari kekuatan dengan peluang, strategi WO atau perpaduan kelemahan dan kesempatan, strategi ST kekuatan dan ancaman, dan strategi WT atau kelemahan dan ancaman. Berikut adalah tabel Matriks SWOT:

Table 3.2
Matriks SWOT

	Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
Internal	<ul style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kemasan produk yang menarik 2. Kualitas produk memiliki keunggulan daya tahan wangi yang 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Nama <i>Merk</i> yang belum dikenal 2. Kurangnya ragam wangi yang tersedia. 3. Relasi pelanggan yang masih sempit
Eksternal		

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.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>lama dibandingkan beberapa pesaing. 3. Memiliki keunggulan di khasiat produk</p>	
<p>Opportunities (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin hubungan baik dengan Toko Distributor. 2. Meningkatnya bisnis online mempermudah untuk melakukan strategi promosi 3. Perkembangan media sosial yang semakin pesat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemesanan. 	<p>S-O Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang berkualitas dapat meningkatkan hubungan yang baik dengan Toko Distributor. (S2,O1) 2. Melakukan Promosi di Online dengan produk yang belum banyak di pasaran.(S3,O2) 3. Dengan memiliki kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik konsumen.(S1,O2) 	<p>W-O Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan brand awareness perusahaan menggunakan media social (W1,O2) 2. Strategi promosi dengan menjalin relasi yang baik dengan perusahaan (W1,W3,O1)
<p>Threat (Ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya potensi harga pesaing yang lebih murah. 2. Pemasok bahan baku yang tidak konsisten dengan kualitas produk. 3. Jumlah permintaan produk yang menurun akibat pesaing 	<p>S-T strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas produk dengan baik (S2,T1,T2) 2. Memperhatikan kualitas produk agar selalu unggul dari produk pesaing (S2,S3,T3) 	<p>W-T strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun hubungan yang baik dengan distributor/konsumen (W3,T1,T3) 2. Melakukan kerjasama antara produsen dengan konsumen atau pedang <i>retail</i> (W1,W3,T1,T3)

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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Ditindungi 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.