

BAB III

ANALISA INDUSTRI DAN PESAING

Dalam dunia bisnis, setiap bisnis memiliki keunikan dan karakteristik yang berbeda-beda. Keunikan dan karakteristik yang berbeda dengan kompetitor tentunya akan membawa nilai tambah bagi perusahaan itu sendiri. Tentu saja, sebelum memulai bisnis, kita harus mengamati dan menganalisis semua aspek bisnis, seperti pesaing dan industrinya terlebih dahulu. Analisis industri dan pesaing merupakan langkah penting sebelum perencanaan dan manajemen bisnis, karena menganalisis industri dan pesaing dapat bermanfaat untuk menghadapi perkembangan yang ada dan mengurangi risiko perusahaan di masa mendatang. Melalui analisis tersebut, para pelaku bisnis dapat mengambil keputusan dan strategi yang tepat agar perusahaan menjadi lebih baik dan mampu bersaing dalam lingkungan industri yang sama.

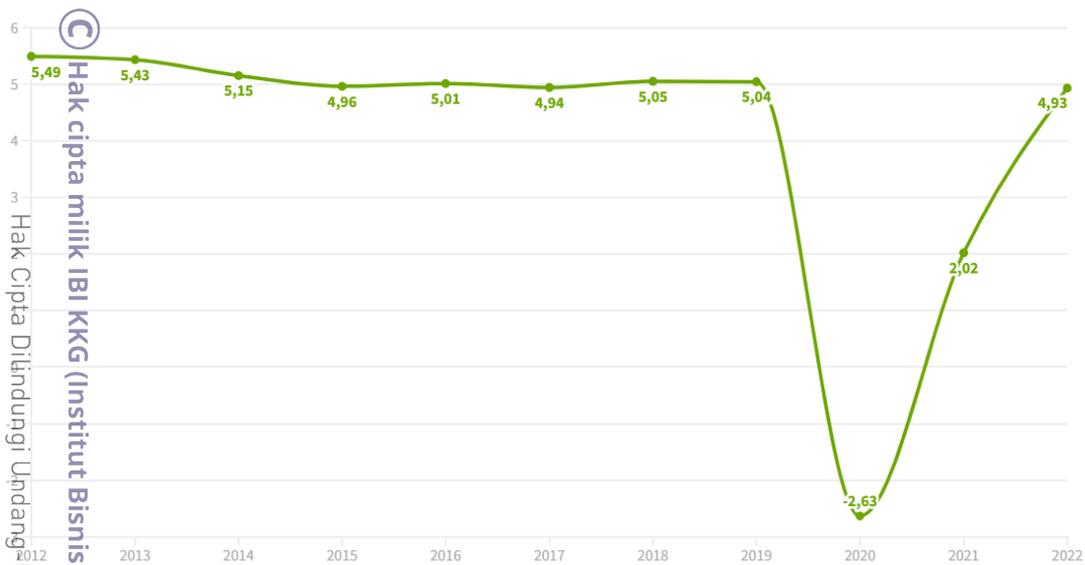
A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Salah satu produk primer yang dibutuhkan oleh umat manusia untuk kebutuhan sehari-hari adalah perlengkapan rumah tangga, yang dapat mempermudah kegiatan di dalam rumah. Perlengkapan rumah tangga juga termasuk dalam pengeluaran konsumsi rumah tangga yang rutin. Pertumbuhan pengeluaran konsumsi rumah tangga terdapat pada grafik dibawah ini :





Gambar 3.1 Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga Indonesia (2012-2022)



Sumber : Badan Pusat Statistik

Sejak tahun 2012, pertumbuhan konsumsi rumah tangga terus meningkat pesat dimana trendnya tumbuh sebesar 5,49%. Namun demikian, konsumsi rumah tangga tumbuh lebih lambat pada tahun berikutnya. Jika melihat trend tahun 2020, terlihat bahwa peningkatan konsumsi rumah tangga jauh lebih kecil dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya yaitu sebesar - 2,63%. Ini terjadi karena adanya pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia dan seluruh dunia. Hal ini menyebabkan banyak toko fisik tutup sementara sehingga orang tidak perlu membeli persediaan yang diperlukan. Pengeluaran konsumsi rumah tangga pada tahun 2021 meningkat sebesar 2,02% dan pada tahun 2022 pengeluaran konsumsi rumah tangga mengalami peningkatan lagi 2,91% menjadi 4,93%. Peningkatan ini terjadi karena penyebaran COVID-19 di Indonesia sudah mulai menurun sehingga banyak toko-toko yang menjual perlengkapan rumah tangga kembali buka.

Pertumbuhan konsumsi perlengkapan rumah tangga ini diprediksi akan terus mengalami peningkatan ketika Indonesia melakukan transisi dari yang semula pandemi menjadi endemi. Kita semua tahu bahwa platform *e-commerce* menjadi salah satu pilihan alternatif yang baik bagi para pedagang maupun konsumen pada saat masa

1. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi Undang-Undang.

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

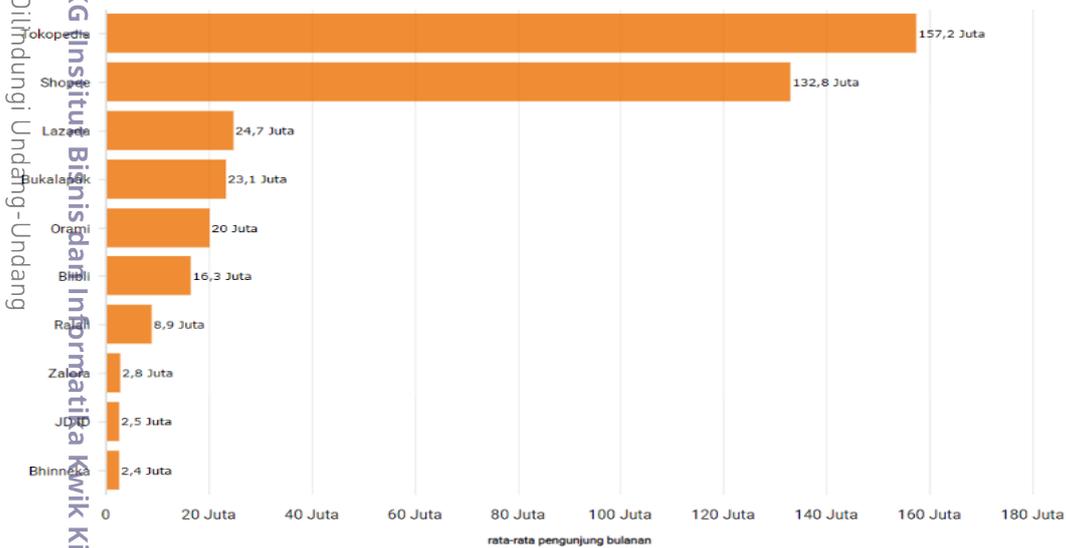
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

 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.

pandemi berlangsung untuk berjualan dan berbelanja kebutuhan sehari-hari. Tokopedia dan Shopee merupakan *e-commerce* dengan pengguna terbanyak dimana Tokopedia berada di posisi nomor satu dan Shopee berada di posisi kedua.

Gambar 3.2 E-commerce Dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2022)



Sumber : databoks.katadata.co.id

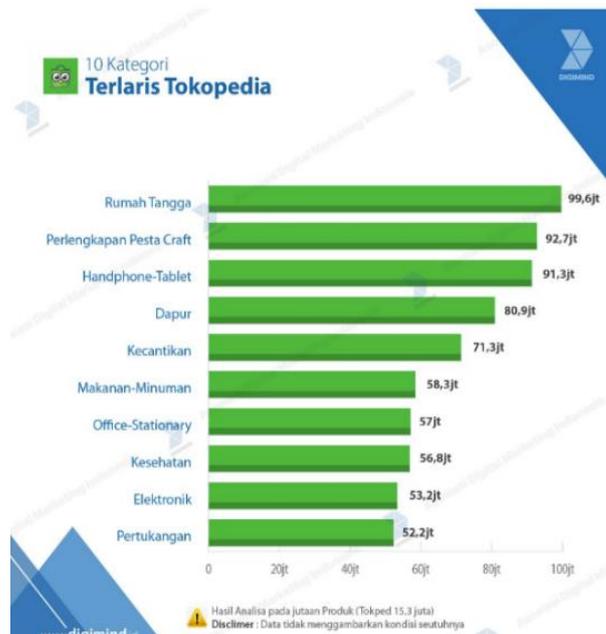
Pada kuartal pertama 2022, Tokopedia menjadi salah satu toko *online* terbesar dengan 157,2 juta pengunjung, naik 5,1% dari 149,6 juta pengunjung di kuartal terakhir 2021. Sementara itu, Shopee berada di urutan kedua dengan 132,8 juta pengunjung, naik 0,6% dari kuartal sebelumnya (131,9 juta pengunjung).



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 3.3 10 Kategori Terlaris Tokopedia



Sumber : digimind.id, 2022

Gambar 3.3 menunjukkan sepuluh kategori terlaris di Tokopedia. Rumah tangga menempati posisi pertama dengan jumlah 99,6 juta produk yang terjual pada tahun 2020. Perlengkapan pesta craft berada di posisi kedua dengan jumlah 92,7 juta produk.

Berdasarkan data pertumbuhan konsumsi rumah tangga dan produk terlaris di Tokopedia, dapat digambarkan kalau produk yang ditawarkan oleh Anugrah Jaya 88 yaitu “Perlengkapan Rumah Tangga” memiliki prospek bisnis yang sangat baik dan dapat berkembang dari tahun ke tahun.

B. Analisis Pesaing

Dalam dunia bisnis, setiap perusahaan pasti akan menghadapi persaingan dengan pesaing atau kompetitor. Pesaing dapat mengancam pertumbuhan bisnis dan menjadi risiko yang menghambat perkembangan. Namun, persaingan adalah hal yang biasa dan harus dihadapi oleh setiap pengusaha. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri yang dapat membedakannya dengan kompetitor lain sehingga bisnis yang dijalankan dapat bersaing dan menjadi lebih baik di era industri saat

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.



ini. Sebagai pengusaha, penting untuk menganalisis pesaing terlebih dahulu untuk meminimalkan risiko yang terjadi pada bisnis yang akan dijalankan. Jika perusahaan masih baru, informasi dan data dari pesaing di sekitar lokasi usaha sangat diperlukan. Hal ini bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien yang akan diterapkan oleh perusahaan. Informasi yang tercakup dalam data ini mencakup harga, lokasi, pelayanan, variasi produk, dan promosi yang diperoleh dari kompetitor. Data dan informasi yang telah berhasil diperoleh dari kompetitor sangat bermanfaat untuk melihat kelebihan dan kekurangan mereka, sehingga dapat meningkatkan keunggulan bisnis Anugrah Jaya 88.

Anugrah Jaya 88 melakukan observasi dan wawancara sederhana ke beberapa kompetitor terdekat untuk mengetahui dan menganalisis secara langsung. Dalam hal ini, penulis telah memilih Toko Pius dan Toko Acan Jaya sebagai pesaing yang dipilih karena keduanya berada di industri yang sama. Di bawah ini merupakan para pesaing yang dimiliki oleh Anugrah Jaya 88 :

1. Toko Pius :

- | | |
|--------------------------|---|
| a. Jenis Produk Unggulan | : Perlengkapan rumah tangga |
| b. Alamat Toko | : Jl. Asemka No.6, RT 01/RW 06,
Pinangsia, Kec. Taman Sari,
Kota Jakarta Barat, DKI JAKARTA |
| c. Telephone | : 085715676488 |
| d. Marketplace | : https://shopee.co.id/ompimpapius |



2. Toko Acan Jaya :

- a. Jenis Produk Unggulan : Perlengkapan Rumah Tangga
- Alamat Toko : Jl. Pasar Pagi No.22, RT 03/RW 06,
Pinangsia, Kec. Taman Sari,
Kota Jakarta Barat, DKI JAKARTA
- Telephone : 0216914014
- Marketplace : -

Tabel 3.1 Analisis Pesaing

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Toko Pius	Harga cukup terjangkau	Foto produk kurang menarik
	Promosi yang cukup menarik	Tempat usaha kurang luas
	Lokasi strategis	Pelayanan lambat
Toko Acan Jaya	Produk yang dijual cukup banyak	Tidak memiliki toko online
	Pelayanan cukup baik	Harga yang relatif lebih mahal
	Kualitas produk baik	Promosi sedikit

Sumber : Pengamatan Penulis

c. Analisis *Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal* (PESTEL)

Tujuan dari analisis ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang potensi bisnis dengan menggunakan analisis PESTEL, yang digunakan untuk mengevaluasi komponen eksternal yang mempengaruhi perusahaan dan untuk menentukan peluang dan ancaman yang dapat dihadapi oleh Anugrah Jaya 88 di masa depan. Berikut hasil analisis PESTEL yang telah dilakukan terhadap Anugrah Jaya 88 :

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.



1. Politik (*Politic*)

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie):
Bisnis harus mempertimbangkan risiko politik dan bagaimana hal itu akan berdampak pada perusahaan. Hal ini harus dipertimbangkan karena tindakan dan kebijakan politik suatu negara dapat memengaruhi sektor ekonominya. Risiko politik umumnya terkait dengan pemerintahan dan keamanan negara. Semua hal ini memengaruhi seberapa lancar suatu bisnis. Akibatnya, bisnis secara keseluruhan akan berjalan lancar jika politik mendukung.

Jika terjadi kerusuhan politik, itu akan mengganggu Anugrah Jaya 88 dalam menjalankan bisnisnya. Karena kondisi yang tidak memungkinkan, pengiriman produk kepada pelanggan akan terhambat. Jika kerusuhan politik berlanjut, tentu akan berdampak negatif pada penjualan Anugrah Jaya 88 karena masyarakat tidak nyaman membeli produk perlengkapan rumah tangga karena keadaan yang tidak aman. Oleh karena itu, pemerintah dan aparat keamanan memiliki peran yang besar dalam hal keamanan dan pertahanan negara.

Ekonomi (*Economics*)

Tingkat pertumbuhan ekonomi Indonesia tetap tinggi sebesar 5,01% (yoy) pada Triwulan IV 2022, meskipun pertumbuhan ekonomi global melambat. Hal ini membawa tingkat pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan untuk tahun 2022 menjadi 5,31% (yoy), jauh lebih tinggi dari 3,70% (yoy) yang tercatat pada tahun sebelumnya. Ketika permintaan domestik untuk investasi dan konsumsi rumah tangga meningkat, pertumbuhan ekonomi pada tahun 2023 diproyeksikan akan tetap stabil di kisaran 4,5–5,3%. Hampir semua komponen PDB berasal dari pengeluaran, yang mendorong pertumbuhan ekonomi yang kuat. Mobilitas masyarakat yang meningkat mendorong konsumsi rumah tangga naik 4,48% setiap

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.



tahun termasuk peningkatan bantuan sosial dan kegiatan Hari Besar Keagamaan

(C) Nasional (HBKN), (Sumber : <https://www.bi.go.id>).

Dari data diatas menunjukkan bahwa konsumsi rumah tangga masih tumbuh dengan stabil. Hal ini menjadi peluang yang baik bagi perusahaan, karena daya beli masyarakat dan permintaan akan meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa faktor ekonomi tetap menguntungkan bagi perusahaan-perusahaan di sektor kebutuhan rumah tangga. Data tersebut menunjukkan bahwa sektor kebutuhan rumah tangga merupakan sektor yang dapat dipertahankan. Maka dari itu pengaruh faktor ekonomi terhadap Anugrah Jaya 88 dapat dikatakan menguntungkan karena konsumsi rumah tangga kembali stabil sehingga menjadi sebuah peluang bagi Anugrah Jaya 88 karena daya beli masyarakat telah meningkat.

Sosial (*Social*)

Jumlah penduduk Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Pada 30 Juni 2022, Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri melaporkan bahwa jumlah penduduk Indonesia mencapai 275.361.267 orang, naik sebesar 1.481.517 orang (0,54%) dari 30 Desember 2021. Peningkatan jumlah penduduk Indonesia juga mengindikasikan adanya peningkatan permintaan terhadap produk perlengkapan rumah tangga secara bertahap, terutama pada masa transisi dari pandemi ke endemi. Dampak dari faktor sosial terhadap Anugrah Jaya 88 adalah jumlah penduduk Indonesia yang terus bertambah sehingga berdampak pada peminatan produk terus meningkat khususnya kebutuhan rumah tangga seperti perlengkapan rumah tangga. Maka dari itu, pengaruh sosial terhadap Anugrah Jaya 88 memiliki dampak yang positif karena jumlah penduduk Indonesia terus mengalami peningkatan, hal tersebut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



berdampak pada permintaan produk yang terus meningkat. Khususnya produk perlengkapan rumah tangga.

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

4 Teknologi (*Technology*)

Teknologi yang berkembang pesat saat ini dapat membantu masyarakat menjalankan bisnis dalam berbagai bidang. Sebagai pebisnis tentunya harus memaksimalkan teknologi yang tersedia sebagai alat untuk bersaing dengan pesaing. Teknologi dapat meningkatkan peluang dan kemungkinan untuk mencapai kesuksesan, karena teknologi saat ini memiliki pengaruh besar terhadap perubahan gaya hidup masyarakat. Anugrah Jaya 88 menyadari kemajuan teknologi di Indonesia yang berkembang sangat cepat, sehingga strategi pemasarannya akan menggunakan platform sosial media seperti Instagram, Whatsapp, Facebook, dan *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee. Selain itu, Anugrah Jaya 88 juga menggunakan ekspedisi pengiriman barang dari JNE, J&T, dan Lalamove. Kemajuan teknologi sangat membantu keberlangsungan Anugrah Jaya 88, karena produk dapat dijual secara *online*, yang memungkinkan penjualan lebih cepat dengan cakupan yang lebih luas.

5 Lingkungan (*Environment*)

Pengaruh lingkungan dalam dunia bisnis dapat memengaruhi kinerja dan keberhasilan dari bisnis yang dijalankan. Kondisi lingkungan yang mendukung bisa dibuat dengan menyediakan akses lokasi yang mudah dijangkau dan suasana lingkungan yang nyaman bagi pelanggan. Anugrah Jaya 88 akan mendirikan usaha dengan lokasi yang terletak di Jl. Pengukiran III No. 2i, Jakarta Barat dikarenakan daerah tersebut mudah dijangkau serta dekat dengan pusat belanja. Selain faktor lokasi, aspek lingkungan juga terdiri dari perubahan iklim dan cuaca. Keadaan iklim dan cuaca yang tidak baik terutama saat memasuki musim hujan dapat

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.



menghalangi proses pengiriman barang menjadi tertunda sehingga pengiriman barang akan memakan waktu lebih lama sampai ke pelanggan.

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

Hukum (*Legal*)

Di setiap negara memiliki peraturan yang harus ditaati oleh setiap pengusaha dalam menjalankan bisnis. Oleh karena itu, para pengusaha perlu memperhatikan produk yang dijual, proses produksinya, dan operasi bisnisnya agar tidak melanggar hukum yang berlaku. Pengusaha wajib mengikuti peraturan bisnis yang telah ditetapkan oleh pemerintah untuk memastikan kelancaran dalam menjalankan bisnisnya. Mereka harus memenuhi persyaratan hukum seperti mendapatkan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), dan NIB (Nomor Induk Berusaha) sebelum memulai usaha. Pemerintah telah memberikan kemudahan bagi para pengusaha dalam memenuhi persyaratan hukum untuk memulai usaha melalui sistem lembaga Online Single Submission (OSS) yang berfungsi untuk mempermudah proses perizinan usaha. Sehingga dapat disimpulkan faktor hukum merupakan sebuah peluang bagi Anugrah Jaya 88 karena memudahkan izin usaha yang berdampak kepada kepercayaan konsumen terhadap brand.

D. Analisa Pesaing : Lima Kekuatan Pesaingan model Porter (*Porter Five Forces Business Model*)

Untuk perencanaan strategis dan menentukan posisi perusahaan di pasar, maka diperlukannya analisis pesaing. Cara untuk melakukan analisis pesaing adalah dengan menggunakan model lima kekuatan porter. Menurut David dan David (2017 : 229) "*Porter's Five-Force Model of Competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries*". Model lima kekuatan porter adalah pendekatan kompetitif yang banyak digunakan untuk merumuskan strategi di banyak

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.

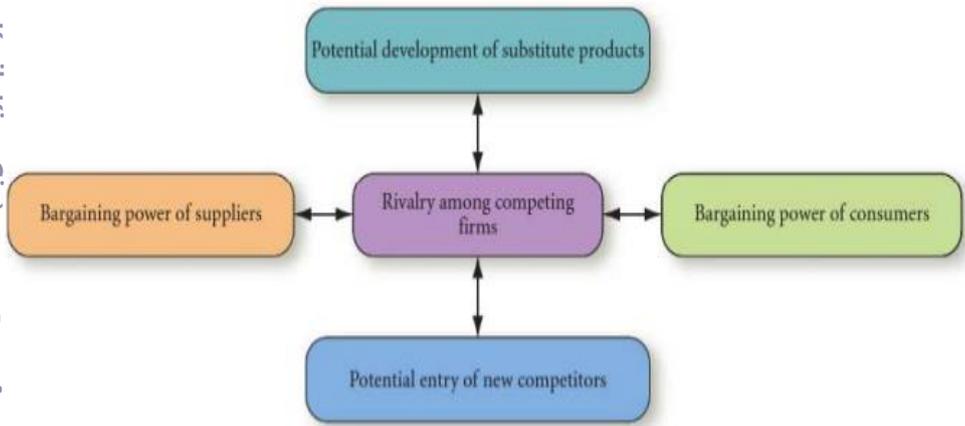
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

industri. Analisis lima kekuatan pesaing model porter dapat dimanfaatkan untuk membantu perusahaan dalam memahami berbagai faktor persaingan yang mungkin terjadi dan berdampak pada situasi pasar di suatu bidang khusus.

Dengan melakukan analisis ini, perusahaan juga dapat merancang berbagai strategi yang efektif untuk mengantisipasi berbagai kemungkinan yang akan muncul dalam menghadapi persaingan bisnis. Dengan demikian, perusahaan dapat mempertahankan keunggulan bisnis dan memahami kekurangan yang ada di dalam perusahaan maupun pesaingnya untuk meningkatkan peluang bisnis dan meraih keberhasilan dalam persaingan.

Berikut adalah lima model kekuatan dalam persaingan menurut Porter :

Gambar 3.4 Porter's Five Forces Model



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

1. Persaingan di Antara Perusahaan yang Bersaing (*Rivalry among competing firms*) :

Semua perusahaan pasti akan bersaing untuk meningkatkan kualitas perusahaannya dengan menciptakan inovasi atau merancang strategi baru. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus melakukan riset dan pengembangan terhadap produk atau jasanya, terutama dalam mengikuti perkembangan teknologi yang berdampak pada pasar. Jika perusahaan tidak mengikuti perkembangan pasar saat ini, maka bisnis yang dijalankan akan semakin menurun dan dapat mengakibatkan kebangkrutan.



Dalam menjalankan usaha, Anugrah Jaya 88 akan bersaing dengan Toko Pius dan Toko Acan Jaya. Tingkat persaingan yang tinggi menjadi tantangan yang berat bagi Anugrah Jaya 88 dikarenakan setiap perusahaan memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Toko Pius memiliki kelebihan pada promosi yang cukup banyak dan menarik di *marketplace* miliknya serta harga yang cukup terjangkau. Selain kelebihan yang dimiliki, Toko Pius memiliki kekurangan yaitu pelayanan yang lambat dan lokasi usaha yang tidak terlalu luas. Sementara itu, Toko Acan Jaya memiliki varian produk yang cukup banyak dan pelayanan yang cukup baik. Namun, harga yang ditawarkan oleh Toko Acan Jaya lebih mahal daripada kompetitor yang lain. Dalam pengamatan Anugrah Jaya 88, kedua kompetitornya berada disegmentasi menengah kebawah dan menengah keatas, dengan menjual produk yang serupa dibidang perlengkapan rumah tangga.

Dari kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh Toko Pius dan Toko Acan Jaya, maka Anugrah Jaya 88 akan berupaya secara maksimal dalam memberikan pelayanan terbaik, memberikan promo menarik untuk konsumen, dan memberikan harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitor yang lain.

2. Potensi Masuknya Kompetitor Baru (*Potential Entry of New Competitors*) :

Di dunia bisnis, kedatangan kompetitor baru adalah faktor yang tak terhindarkan. Dengan kehadirannya kompetitor baru bisa menjadi ancaman bagi pengusaha lainnya. Oleh karena itu, strategi perusahaan harus disusun untuk mencegah pelanggan beralih ke pesaing baru yang mungkin menawarkan harga lebih murah. Diperlukan pemasaran yang tepat sasaran dan pelayanan memuaskan agar citra merek perusahaan tetap terjaga dipikiran konsumen. Hal yang perlu diwaspadai dari pesaing baru adalah pemasaran, inovasi, dan penawaran yang diberikan kadang-kadang membuat konsumen tertarik untuk mencoba produk tersebut sehingga dapat mengakibatkan penurunan penjualan



dan pendapatan Anugrah Jaya 88. Ancaman potensial dari masuknya pesaing baru di industri rumah tangga dapat menjadi ancaman bagi Anugrah Jaya 88. Maka dari itu, untuk menarik lebih banyak pelanggan, strategi yang dapat dilakukan oleh Anugrah Jaya 88 adalah dengan melakukan promosi secara berkala, menambah variasi produk, memberikan penawaran yang menarik, memberikan pelayanan yang memuaskan, dan menawarkan harga lebih rendah daripada pesaing.

3. Potensi Pengembangan Produk Pengganti (*Potential Development of Substitute Products*)

Produk substitusi merupakan produk yang dilihat oleh konsumen memiliki kesamaan dengan produk lainnya. Kesamaan ini bisa dilihat mulai dari fungsi serta manfaat yang diberikan kepada pengguna. Keberadaan pilihan ini bisa menjadi ancaman jika barang yang ditawarkan memiliki kualitas dan harga yang lebih unggul. Dalam berbisnis produk perlengkapan rumah tangga seperti spons cuci piring, terdapat juga alternatif produk lain yang mempunyai fungsi dan manfaat yang sama dengan spons cuci piring yaitu sabut kelapa.

Sabut kelapa bisa dijadikan sebagai pengganti spons cuci piring, terlebih sabut kelapa terbuat dari bahan yang ramah lingkungan. Sabut kelapa memiliki daya bersih yang sama dengan spons cuci piring, serta ketika sudah rusak maka sabut kelapa dapat dijadikan kompos dan tidak perlu takut terjadinya pencemaran lingkungan. Meski begitu, para konsumen lebih sering menggunakan spons cuci piring ketimbang sabut kelapa karena lebih mudah ditemukan dan mempunyai variasi bentuk dan warna. Bagi Anugrah Jaya 88, dampak dari hambatan substitusi adalah pelanggan memiliki banyak pilihan ketika memilih produk spons cuci piring, karena ada banyak merek yang dijual.



4. Daya Tawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*) :

© Dalam dunia bisnis, pemasok barang mempunyai peran penting, sebab jika tidak ada pemasok maka operasional bisnis tidak dapat berjalan dengan baik. Sebagai pengusaha perlu memiliki setidaknya lebih dari satu pemasok sebagai pilihan jika pemasok utama kehabisan persediaan barang sehingga kita tidak bergantung pada pemasok utama. Seorang pengusaha harus menjaga hubungan yang baik dengan *supplier* agar proses bisnisnya dapat berjalan lancar, dan juga *supplier* akan memberikan prioritas kepada perusahaan kita terlebih dahulu. Karena banyaknya pemasok yang menjual perlengkapan rumah tangga dengan berbagai merek dan jenis barang, daya tawar pemasok bagi Anugrah Jaya 88 bisa dikatakan tinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Daya Tawar Konsumen (*Bargaining Power of Consumers*) :

Pembeli memiliki peran penting dalam aktivitas jual beli, tetapi fokusnya lebih pada pilihan pembeli terhadap produk yang tersedia. Terdapat situasi di mana pembeli hanya dapat memperoleh produk dari perusahaan tertentu. Sebaliknya, karena ada banyak jenisnya di pasaran, pembeli memiliki banyak pilihan untuk membeli barang serupa dalam situasi tertentu. Oleh karena itu, para pelaku bisnis harus memberikan pelayanan terbaik dan terus berkomunikasi agar pelanggan selalu merasa puas. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan rasa loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan, yang dapat mengurangi daya tawar konsumen.

Produk perlengkapan rumah tangga tentunya diperlukan semua orang untuk memenuhi keperluan sehari-hari, terutama yang sudah berumah tangga. Maka dari itu hal ini menjadi peluang besar bagi penjual perlengkapan rumah tangga karena produk yang dijual memiliki potensi lebih banyak terjual karena merupakan kebutuhan primer atau kebutuhan sehari-hari. Maka, penting bagi Anugrah Jaya 88 untuk memahami dan menyediakan produk yang unggul serta pelayanan yang maksimal guna menjaga

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.



kepuasan pelanggan. Selain itu, pelanggan juga mengharapkan pelayanan yang cepat dan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diperoleh. Hal ini menjadi perhatian penting agar perusahaan dapat memenuhi tingkat kepuasan pelanggan dan membangun citra merek yang terpercaya.

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

Menurut Fred R. David (2017 : 236) *Competitive Profile Matrix* (CPM) "*Identifies a firm's major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm's strategic position*". *Competitive Profile Matrix* merupakan alat manajemen strategis yang penting untuk membantu perusahaan menganalisis dan membandingkan dengan pesaing dalam industri tertentu sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan masing-masing pesaing. Dengan melakukan analisis ini, perusahaan dapat mengetahui kompetitor mana yang sesuai, setara, dan sebanding. Dengan demikian, perusahaan dapat mengidentifikasi aspek-aspek kelemahan perusahaan yang perlu diperbaiki dibandingkan dengan pesaing sebenarnya.

1. Faktor Kunci Sukses (*Critical success factor*)

Faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan produk atau jasa di pasar dikenal sebagai faktor kunci sukses. Nilai CPM yang tinggi menunjukkan bahwa bisnis telah membuat keputusan yang tepat, tetapi nilai CPM yang rendah menunjukkan bahwa bisnis belum cukup baik dalam pengambilan keputusan.

2. Bobot (*weight*)

Dalam CPM, penilaian bobot menunjukkan bahwa komponen keberhasilan industri perusahaan sangat penting secara relatif. Dengan skala yang berkisar antara 0,0 dan 1,0, total bobot dari semua faktor yang dihitung harus sama dengan 1,0. Jika totalnya kurang dari 1,0, itu menunjukkan bahwa ada kesalahan dalam penilaian bobot pada salah satu faktor yang perlu diperbaiki.



3. Peringkat (*rating*)

Dalam CPM, peringkat menunjukkan bagaimana suatu perusahaan bertindak terhadap elemen penting keberhasilan bisnis. Peringkat diberikan dalam skala dari 1 hingga 4, dan peringkat yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan bertindak lebih baik terhadap faktor kunci keberhasilan. Sebaliknya, peringkat yang lebih rendah menunjukkan bahwa perusahaan bertindak kurang memuaskan terhadap faktor-faktor tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Nilai (*score*)

Nilai pada CPM didapatkan dari mengalikan bobot dengan peringkat. Nilai dan total skor tertinggi menunjukkan keunggulan suatu perusahaan dibandingkan pesaingnya. Skala tertinggi adalah 4 dan skala terendah atau batas minimal adalah 2,5. Jika perusahaan mencapai nilai di bawah 2,5, maka perusahaan tersebut dianggap lemah.

Berikut ini merupakan *Competitive Profile Matrix* untuk menghitung beberapa faktor antara Anugrah Jaya 88 dengan kompetitornya yaitu Toko Pius dan Toko Acan Jaya :

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.



Tabel 3.2 Competitive Profile Matrix Anugrah Jaya 88

Critical Succes Factor	Bobot	Anugrah Jaya 88		Toko Pius		Toko Acan Jaya	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga Produk	0,12	4	0,49	4	0,49	3	0,37
Kualitas Produk	0,13	3	0,38	3	0,38	3	0,38
Citra Merek	0,13	2	0,25	4	0,51	4	0,51
Variasi Produk	0,13	3	0,38	4	0,51	4	0,51
Lokasi	0,12	4	0,48	4	0,48	4	0,48
Promosi	0,13	3	0,38	4	0,50	2	0,25
Kualitas Pelayanan	0,13	4	0,52	2	0,26	3	0,39
Fasilitas Usaha	0,12	4	0,52	3	0,39	3	0,39
Total			3,40		3,51		3,27

Sumber Riset yang dilakukan penulis

Keterangan :

- Faktor paling penting dalam mendukung keberhasilan perusahaan adalah bobot yang memiliki nilai tertinggi.
- Jumlah total bobot adalah 1.
- Penilaian didasarkan pada kekuatan dan kelemahan, yaitu: 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan utama.
- Total skor pada setiap perusahaan dihitung dengan mengalikan penilaian dengan nilai (rating x score).

Dari **Tabel 3.2** mengenai *Competitive Profile Matrix*, dapat dijelaskan bahwa setiap faktor mempunyai bobot yang berbeda. Bobot yang berbeda ini menunjukkan seberapa penting faktor tersebut bagi kesuksesan perusahaan. Faktor-faktor yang menentukan keberhasilan merupakan elemen kunci yang mendukung kesuksesan sebuah bisnis. Bobot dari setiap elemen kunci keberhasilan bisnis harus berjumlah satu. Bobot tertinggi menunjukkan bahwa elemen tersebut memiliki pengaruh yang lebih besar daripada elemen lainnya. Penilaian diberikan pada skala 1 hingga 4, di mana nilai 4 merupakan penilaian tertinggi dan nilai 1 merupakan penilaian

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

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Jl. Jendral Sudirman No. 100, Jakarta Selatan
 Telp. (021) 5200 1000
 Email: info@kwikgiangie.ac.id



terendah. Skor diperoleh dari perkalian antara bobot dan penilaian. Total skor tertinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut lebih unggul daripada pesaing.

Jika perusahaan memperoleh penilaian yang serupa dengan perusahaan lainnya, maka keduanya mempunyai tingkat keunggulan yang setara. Penilaian diberikan dalam rentang angka 1 (satu) yang mencerminkan kelemahan utama hingga 4 (empat) yang mencerminkan kekuatan utama. Semakin tinggi penilaian, semakin baik pula kinerja perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Angka bobot yang terdapat pada tabel analisis CPM didapatkan dari hasil kuesioner yang disebar oleh penulis. Berikut penjelasan mengenai faktor-faktor dari Anugrah Jaya 88 :

Harga Produk :

Harga produk merupakan aspek utama yang menjadi kelebihan bisnis yang dimiliki oleh Anugrah Jaya 88, harga yang bagus dan kompetitif akan sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan pembelian terhadap suatu produk. Dalam aspek harga, Anugrah Jaya 88 memperoleh nilai 4 poin setara dengan Toko Pius yang juga mendapatkan nilai 4 poin, sedangkan Toko Acan Jaya memperoleh nilai yang lebih rendah sebesar 3 poin. Hal ini disebabkan karena harga yang ditawarkan oleh Toko Acan Jaya lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitor lain yang bergerak dibidang sejenis.

Kualitas Produk :

Kualitas sebuah produk menjadi aspek yang sangat penting bagi bisnis perlengkapan rumah tangga, karena konsumen akan memilih produk yang memiliki kualitas yang baik. Kualitas produk dapat dinilai dari kekuatan, dan kualitas bahan produk tersebut. Bisnis yang memperhatikan kualitas produk tidak akan memberikan produk yang rusak atau tidak utuh kepada pelanggannya. Kualitas produk pada Anugrah Jaya 88 mendapatkan nilai 3 poin karena produk



yang dijual mempunyai kualitas standard dan tahan lama setara dengan Toko Pius dan Toko Acan Jaya yang juga memperoleh nilai 3 poin.

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

3. Citra Merek :

Citra merek / *Brand Image* yang dimiliki oleh Anugrah Jaya 88 saat ini masih memiliki banyak kekurangan dan belum banyak dikenal oleh masyarakat. Hal ini dapat terjadi karena bisnis Anugrah Jaya 88 masih baru sehingga membutuhkan proses dan upaya yang keras untuk membangun citra merek dan kepercayaan antara Anugrah Jaya 88 dengan pelanggan dalam kegiatan usaha. Sehingga dalam hal citra merek atau *Brand Image*, Anugrah Jaya 88 mendapatkan penilaian yang lebih rendah dibandingkan dengan ke dua pesaing. Anugrah Jaya 88 mendapatkan nilai sebesar 2 poin, sedangkan Toko Pius dan Toko Acan Jaya mendapatkan nilai sebesar 4 poin karena usaha mereka sudah berjalan lebih lama dan sudah dikenal oleh masyarakat.

4. Variasi Produk :

Karena merupakan perusahaan baru, produk awal Anugrah Jaya 88 masih memiliki sedikit variasi produk dibandingkan dengan pesaing, sehingga Anugrah Jaya 88 hanya memperoleh skor 3. Seiring berkembangnya bisnis, Anugrah Jaya 88 akan terus meningkatkan variasi produknya untuk memenuhi permintaan pasar.

Lokasi :

Lokasi bisnis merupakan aspek penting dalam menentukan performa bisnis yang dilakukan saat mengoperasikan bisnis. Lokasi bisnis yang baik dapat mendukung kemampuan bisnis dalam menjual dan mempromosikan produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Pada faktor lokasi bisnis, Anugrah Jaya 88 mendapatkan nilai rating sebesar 4 poin dan memiliki kesamaan nilai rating dengan kedua pesaing lainnya yaitu Toko Pius dan Toko Acan Jaya. Hal ini disebabkan

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.



semua lokasi yang dipilih untuk menjalankan bisnis terletak dekat dengan pusat perbelanjaan grosir yang banyak dikunjungi oleh masyarakat.

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

Promosi :

Promosi adalah faktor yang penting dalam upaya menarik pelanggan. Promosi dari Anugrah Jaya 88 mendapatkan nilai sebesar 3 poin. Anugrah Jaya 88 menggunakan media sosial dan *marketplace* sebagai alat untuk promosi dan juga melakukan penawaran langsung kepada toko-toko yang menjual kebutuhan rumah tangga. Untuk Toko Pius, mendapatkan nilai tertinggi yaitu sebesar 4 poin karena promosi yang diberikan cukup beragam pada *marketplace* yang dimilikinya, sedangkan untuk Toko Acan Jaya mendapatkan nilai 2 poin karena promosi yang dilakukan hanya melalui media *offline* saja tidak aktif dalam menggunakan media sosial sebagai media promosi.

7 Kualitas Pelayanan :

Kualitas pelayanan dalam bisnis memegang peran yang sangat penting untuk memberikan rasa nyaman dan dilakukan untuk menjaga ikatan antara bisnis dengan konsumen. Kualitas pelayanan yang unggul dapat dilakukan dengan memberikan layanan yang baik, cepat, ramah, jujur dan bertanggung jawab kepada setiap konsumen yang datang. Selain itu, Anugrah Jaya 88 akan memberikan pelayanan terbaik dengan mengutamakan layanan yang cepat, pelayanan yang ramah, dan pelayanan yang baik untuk memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada setiap pelanggan.

Dari faktor kualitas pelayanan, Anugrah Jaya 88 mendapatkan nilai 4 poin karena pelayanan dan pengiriman produk pesanan yang cepat sehingga membuat pelanggan tidak perlu menunggu lama untuk menerima produk yang dipesan. Sedangkan Toko Pius mendapatkan nilai 2 poin karena pengiriman produk yang

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.



lama dan Toko Acan mendapatkan nilai 3 poin karena kualitas penyajian produk dan pelayanan yang baik.

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

8. Fasilitas Bisnis :

Fasilitas bisnis yang lengkap dan memadai dapat menjadi faktor yang penting dalam mendukung keberhasilan dari suatu bisnis. Dengan memiliki fasilitas yang baik, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas, meningkatkan kesan bisnis yang baik, menjaga keamanan, dan memberikan kenyamanan bagi setiap pelanggan yang datang dan karyawan yang bekerja. Fasilitas bisnis yang disediakan oleh Anugrah Jaya 88 memiliki berbagai keunggulan seperti tersedianya Wi-Fi, sofa, kursi dan lahan parkir yang dapat memberikan rasa nyaman dan kemudahan bagi pelanggan yang datang mengunjungi Toko Anugrah Jaya 88.

Fasilitas bisnis yang baik membuat Anugrah Jaya 88 dapat bersaing dan mendapatkan nilai sebesar 4 poin. Sementara itu, Toko Pius dan Toko Acan Jaya mendapatkan nilai yang lebih rendah sebesar 3 poin karena kurangnya fasilitas yang disediakan untuk pelanggan yang datang langsung ke toko, untuk Toko Pius lahan parkir yang dimiliki tidak terlalu luas dan tidak memiliki tempat duduk untuk pelanggan, sedangkan untuk Toko Acan Jaya memiliki parkir yang cukup luas, namun tempat usaha yang dimiliki cukup sempit sehingga pelanggan yang datang tidak bisa leluasa untuk memilih barang.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT)

Menurut David dan David (2017 : 251), “*SWOT is an important matching tool that helps managers develop four type strategies, SO (strengths-opportunities) strategies, WO (weaknesses-opportunities) strategies, ST (Strengths-threats) strategies, and WT (weaknesses-threats) strategies.*” SWOT Matrix merupakan

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.

adalah sebuah alat penyesuaian atau pemasangan penting yang bisa membantu manajer mengembangkan empat jenis strategi seperti Strategi SO (kekuatan-peluang), WO (kelemahan-peluang), ST (kekuatan-ancaman), dan WT (kelemahan-ancaman).

Metode analisis ini membagi aspek yang ditinjau dari sisi internal (di dalam perusahaan) dan eksternal (diluar perusahaan). Dari sisi internal, terdapat Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weakness*), dimana Kekuatan membawa keuntungan bagi perusahaan dan Kelemahan membawa kerugian bagi perusahaan. Dari sisi eksternal perusahaan, terdapat Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threats*) dimana peluang membawa keuntungan bagi perusahaan dan ancaman membawa kerugian bagi perusahaan. Hasil dari analisis ini memberikan arahan atau membuat rekomendasi strategis untuk pengembangan bisnis, baik secara internal maupun eksternal untuk mempertahankan kekuatan dan meminimalkan kelemahan dengan perusahaan.

Berikut ini merupakan analisis SWOT Anugrah Jaya 88 :

1. *Strenghts* (Kekuatan)

- a) Lokasi bisnis yang strategis dan mudah dijangkau.
- b) Harga yang kompetitif dan bersaing.
- c) Pelayanan yang ramah dan cepat.
- d) Produk yang dijual berkualitas.
- e) Fasilitas yang nyaman bagi para konsumen.

2. *Weaknes* (Kelemahan)

- a) Citra merek atau *brand image* perusahaan yang kurang terkenal dimasyarakat.
- b) Promosi yang diberikan masih sedikit.
- c) Variasi produk yang dijual belum terlalu banyak.



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 IBIKKE.

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



3. *Opportunities* (Peluang)

- C** a) Kebutuhan perlengkapan rumah tangga yang semakin banyak.
b) Jumlah penduduk mengalami peningkatan setiap tahun.
c) Meningkatnya masyarakat yang berbelanja secara *online*.
d) Kegiatan promosi yang dapat dilakukan secara online dengan media sosial.
e) Perkembangan dan kemajuan teknologi yang mempermudah proses kegiatan produksi.

4. *Threats* (Ancaman)

- a) Tingginya jumlah pesaing yang telah memulai usaha dengan bidang yang serupa.
b) Persaingan harga yang tinggi dengan kompetitor.
c) Adanya produk substitusi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Berikut ini merupakan analisis SWOT matrix Anugrah Jaya 88 :

Tabel 3.3 Analisis SWOT MATRIX Anugrah Jaya 88

SWOT	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi bisnis yang strategis dan mudah dijangkau. 2. Harga yang kompetitif dan bersaing. 3. Pelayanan yang ramah dan cepat. 4. Produk yang dijual berkualitas. 5. Fasilitas yang nyaman bagi para konsumen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Citra merek atau brand image perusahaan usaha yang belum terkenal dimasyarakat. 2. Promosi yang diberikan masih sedikit. 3. Variasi produk yang dijual belum terlalu banyak.
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan perlengkapan rumah tangga yang semakin banyak 2. Jumlah penduduk mengalami peningkatan setiap tahun 3. Meningkatnya masyarakat yang berbelanja secara <i>online</i> 4. Kegiatan promosi yang dapat dilakukan dengan media sosial. 5. Perkembangan dan kemajuan teknologi yang mempermudah proses kegiatan produksi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelayanan terbaik untuk meningkatkan kepuasan setiap konsumen yang datang langsung ke toko dengan menyediakan fasilitas dan layanan yang baik untuk menjaga loyalitas dari setiap konsumen yang datang. (S1,S3,S5,O1,O2,O4,O5) 2. Meningkatkan kegiatan promosi untuk mencapai konsumen yang lebih banyak. (S1,S2,S4,O1,O3,O4,O5) 3. Menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan agar pelanggan mau melakukan pembelian kembali (<i>Repeat Order</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi yang menarik untuk mendorong pelanggan untuk membeli produk untuk meningkatkan citra merek perusahaan di masyarakat. (W1,W3,O1,O2,O3,O4,O5) 2. Menambah variasi produk yang akan dijual (W4, O1,O3,O4,O5)

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengacukan 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.



Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Tingginya jumlah pesaing yang telah memulai usaha dengan bidang yang serupa. 2. Persaingan harga yang tinggi dengan kompetitor. 3. Adanya produk substitusi	1. Meminta pelanggan untuk memberikan testimoni tentang kualitas produk, harga, dan layanan perusahaan. (S2,S3,S4,S5,T1) 2. Harga yang ditawarkan kompetitif sehingga harga sesuai untuk pelanggan (S2,T1,T2)	1. Melakukan evaluasi dan observasi terhadap pesaing (W2,W3,W3,W4,W5,T1,T2) 2. Membuat promosi yang menarik di media sosial dan <i>marketplace</i> agar menarik perhatian pelanggan. (W3,T1,T2)

Sumber: Anugrah Jaya 88