



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Pada suatu *industry* tentunya memiliki perbedaan antara satu dengan lainnya berdasarkan kepada karakteristik ekonomi, situasi persaingan pasar dan prospek dari perkembangan di masa yang akan datang. Adanya perubahan dari berbagai faktor ekonomi, teknologi, pasar dan persaingan. Yang akan bergerak mulai dari yang lambat sampai menjadi cepat.

Analisis industri dan pesaing dibutuhkan sebelum melakukan kegiatan berusaha. Kegiatan yang dilakukan perusahaan agar dapat mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai bagaimana keadaan situasi industri dan pesaing ini akan menjadi gambaran, apakah usaha tersebut mampu bersaing diantara pesaingnya? Dalam menganalisis industri juga biasanya dengan membandingkan berbagai hal apakah *industry* ini juga cukup menjanjikan?

Setelah melakukan analisis industri, kemudian kita dapat menjadikan informasi yang telah diperoleh ini sebagai pertimbangan. Layak atau tidaknya usaha tersebut.

#### 1.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Data dari *trend* dan pertumbuhan *industry* tentu diperlukan bagi pembisnis untuk menganalisa pada *industry* yang dijalankan. Khususnya pada bidang *industry* kosmetik lip care, yaitu rangkaian perawatan bibir lip scrub dan *lip balm Beme*. *Lip scrub* bermanfaat mengangkat sel kulit bibir yang mati dan mengeksfoliasi kulit bibir supaya lebih bersih. Jika dilakukan secara rutin akan bibir akan sehat dan tidak kering. *Lip balm* memiliki manfaat untuk melembapkan dan mencegah bibir menjadi kering akibat cuaca Indonesia yang tropis. *Tren lip care* ini sudah banyak dikenal oleh masyarakat yang peduli akan kesehatan bibir mereka masing-masing.

©

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mengizinkan dan menyebutkan sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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



Industri kecantikan tanah air memiliki prospek yang bagus. Dengan jumlah perusahaan *industry* kecantikan tumbuh hingga 20,6% dari tahun 2021 yang berjumlah 819 menjadi 913

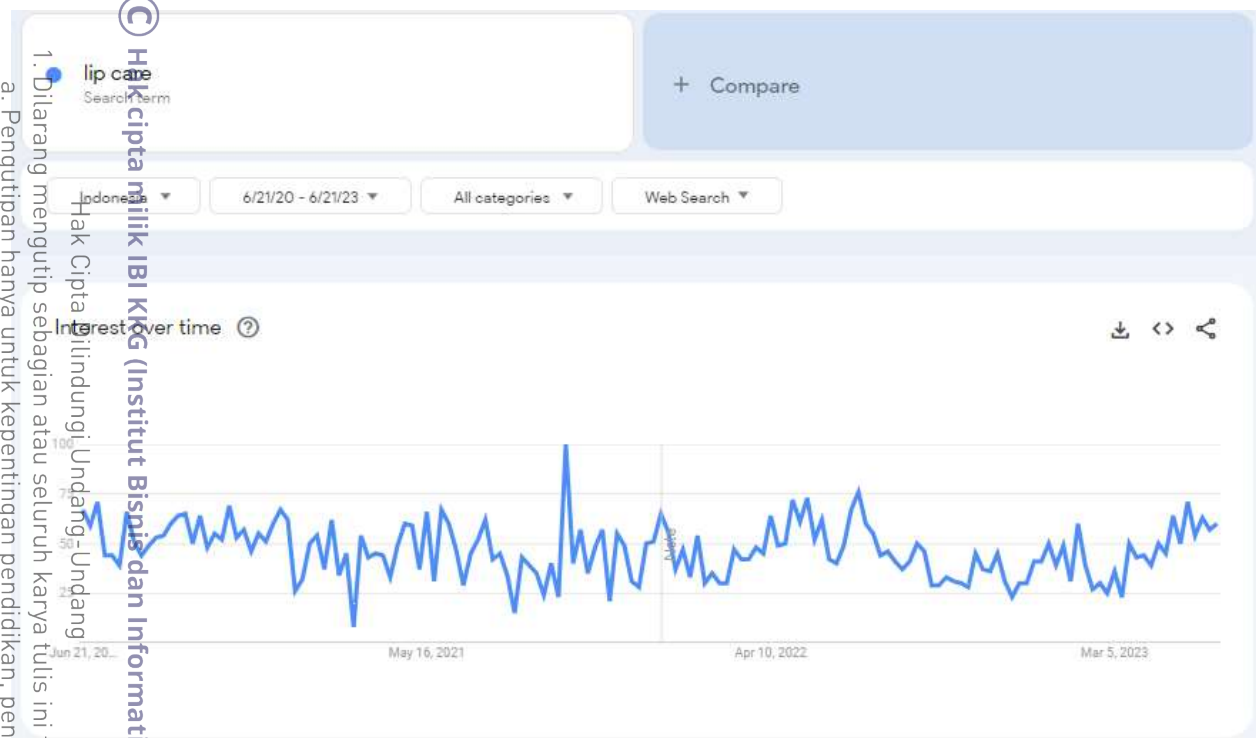
pada Juli 2022. Peningkatan *industry* kecantikan yang didominasi oleh UKM.

Industri kecantikan pada masa *pandemic* Covid-19 tetap memiliki peningkatan dan diproyeksi akan terus berkembang. Badan Pengawas Obat dan Makanan atau BPOM menilai bahwa kosmetik merupakan kategori produk yang mendapatkan izin edar terbanyak di Indonesia dalam lima tahun terakhir dengan jumlah 411.410 produk. BPOM juga mencatat, jumlah perusahaan *industry* kecantikan tumbuh hingga 20,6% dari tahun 2021 yang berjumlah 819 menjadi 913 pada Juli 2022. Peningkatan *industry* kecantikan ini didominasi oleh usaha kecil dan menengah (UKM), yakni sebesar 83%. Sementara untuk nilai pasar kosmetik di Indonesia di tahun 2021 mencapai 6.300.000.000 dollar AS atau sekitar Rp. 98.000.000.000.000.

(<https://www.kompas.id>)



**Gambar 1.1**  
**Tren Lip Care**



Sumber: <https://trends.google.com/trends>

## 1.2 Analisis Pesaing

Persaingan dalam suatu kegiatan bisnis adalah hal yang wajar dan hal yang tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menganalisis persaingan, sehingga dapat merencanakan strategi yang berguna untuk menjalankan usahanya. Dan dengan upaya itu, pengusaha dapat memenangkan persaingan antar *competitor*. Diperlukannya analisis pesaing terdekat, pesaing di *industry* yang sama dan pesaing potensial yang dapat mengancam keberlangsungan usaha yang sedang dijalankan.

Dengan ini, penulis melakukan pengamatan dari pesaing-pesaing dari *Bemee*, dan menetapkan pesaing yang potensial. Dalam melakukan analisisnya juga penulis memilih untuk

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



faktor-faktor yang menjadi pengamatan dalam menentukan keunggulan dan kelemahan kompetitor.

Berdasarkan dari sepuluh lip scrub terbaik di Indonesia, berikut ini adalah *competitor Beme* yang memiliki pengaruh besar dalam persaingan pasar yaitu:

**Tabel 1.1**  
**Analisis Pesaing Beme**

Nama Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Emina (Sugar Rush Lip Scrub)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk sudah dikenal masyarakat.</li> <li>2. Memberikan informasi mengenai produk dengan lengkap.</li> <li>3. Foto produk dikenalkan kepada masyarakat dengan tampilan yang menarik.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Partikel <i>scrub</i> yang besar, sehingga dapat membuat pemakai mengalami iritasi.</li> <li>2. Harga produk yang tergolong mahal.</li> </ol>
Noera Beauty (Watermelon Lip Scrub)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki partikel butiran <i>scrub</i> yang halus, tidak membuat pemakainya iritasi.</li> <li>2. Produk sudah mulai banyak dikenal masyarakat.</li> <li>3. Foto produk menarik dan memiliki informasi lengkap produk kepada masyarakat.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak memiliki banyak varian.</li> <li>2. Harga produk tergolong mahal.</li> </ol>
Luxcrime (Duo Lipcare Strawberry Glaze)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki beberapa varian.</li> <li>2. Produk sudah dikenal oleh masyarakat.</li> <li>3. Aplikator packaging produknya terbentuk <i>stick</i> sehingga mempermudah pemakaian produk.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga produk mahal.</li> </ol>



--	--	--

Sumber: **P**enelitian berdasarkan pada review pembeli.

### 1.3 Analisis Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal

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

merupakan suatu teknik dalam manajemen strategis yang digunakan untuk melihat faktor-faktor lingkungan eksternal bisnis yang nantinya berpengaruh terhadap suatu perusahaan. Menerapkan analisis PESTEL dapat memberikan pandangan baru tentang lingkungan makro dari banyak sudut pandang yang ingin diperiksa oleh bisnis saat mengembangkan ide atau rencana tertentu. Analisis ini menyediakan pandangan terhadap faktor eksternal yang mempengaruhi organisasi mereka. Analisisnya sendiri cukup fleksibel sehingga organisasi dapat menggunakannya dalam segala situasi yang berbeda. Hasil analisis ini bisa menjadi bimbingan untuk pengambilan keputusan strategis bagi perusahaan tersebut.

Berikut ini adalah hasil analisis PESTEL dari *Bemee* yang terbagi menjadi 6 (enam) bagian, yaitu:

#### a. *Politic* (Politik)

Faktor politik bisa saja dijadikan sebagai peluang dan ancaman bagi suatu usaha bisnis. Perubahan situasi politik yang terjadi pada suatu negara, bisa dirasakan secara cepat jika suatu usaha tersebut bergantung kepada kontrak yang semuanya mengikuti dan bergantung kepada kebijakan politik pemerintahan. Kebijakan politik dapat menimbulkan adanya dampak seperti memburuknya perekonomian pada negara tersebut.



Isu politik Indonesia selalu memiliki dampak signifikan bagi suatu usaha bisnis tertentu.

Namun dengan kondisi politik di Indonesia saat ini, *Bemee* yang merupakan usaha bisnis kecil

UMKM maka penulis melihat tidak ada dampak signifikan yang akan mempengaruhi bisnis

*Bemee*.

Kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi adalah peraturan berdasarkan yang

tertulis dalam Undang-Undang Harmonisasi Perpajakan No. 7 Tahun 2021. Bahwa para pelaku

usaha *e-commerce* yang sudah dikukuhkan menjadi pengusaha kena pajak (PKP) wajib

memungut PPN sebesar 11% terhadap kegiatan penyerahan barang atau jasa yang merupakan

objek PPN.

#### b. *Economy* (Ekonomi)

Kondisi ekonomi seperti sekarang di tahun 2022 sedang memasuki tahap pemulihan

akibat dari pandemic Covid-19 yang dampaknya sangat besar bagi seluruh pelaku ekonomi.

Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi

Indonesia triwulan I 2023 tercatat sebesar 5,03%. Dengan data ini menunjukkan adanya

peningkatan pada pertumbuhan ekonomi dari tahun sebelumnya 2022 yang sebesar 5,01%.

Dengan adanya pertumbuhan ekonomi di Indonesia ini, dapat disimpulkan bahwa usaha

bisnis *Bemee* mendapatkan keuntungan. Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) sangat kuat berada

di angka 123,3. Persepsi terhadap kinerja Indonesia di pasar keuangan juga tetap membaik. Nilai

tukar Rupiah tetap melanjutkan tren apresiasi sejak awal tahun 2023 (menguat

5,6%). ([https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/prospek-cerah-perekonomian-](https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/prospek-cerah-perekonomian-indonesia-2023)

[indonesia-2023](https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/prospek-cerah-perekonomian-indonesia-2023))

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

1. Larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber dan menyebutkan sumber.  
2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
3. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dengan data tersebut, dapat disimpulkan adanya kemungkinan untuk konsumen membeli produk *Bemee*, karena daya permintaan konsumen di Indonesia dalam bisnis usaha cukup tinggi.

Pendapatan dan perekonomian negara pada tahun 2023 ini pun telah mengalami pertumbuhan, memungkinkan untuk konsumen memiliki daya beli pada produk yang ditawarkan oleh *Bemee*.

Apalagi produk yang ditawarkan oleh *Bemee* memiliki harga yang cukup terjangkau di kantong dan tergolong murah. Masyarakat Indonesia yang memiliki kelebihan menyukai produk murah ini dimanfaatkan juga oleh *Bemee*, untuk menawarkan produk jualnya *lip scrub* dan *lip balm* dengan harga yang terjangkau namun dengan kualitas yang terbaik sesuai dengan fungsinya.

Sehingga *Bemee* nantinya akan mendapatkan kepuasan bagi pelanggan yang telah membeli *Bemee*.

**Gambar 1.2**  
**Pertumbuhan Ekonomi Indonesia**



Sumber: <https://www.majalahglobalreview.com>

c. *Social* (Sosial)

Faktor *social* menjadi salah satu faktor yang berdampak bagi keberlangsungan hidup pada suatu usaha bisnis. Keadaan *social* dapat mempengaruhi suatu kegiatan perekonomian

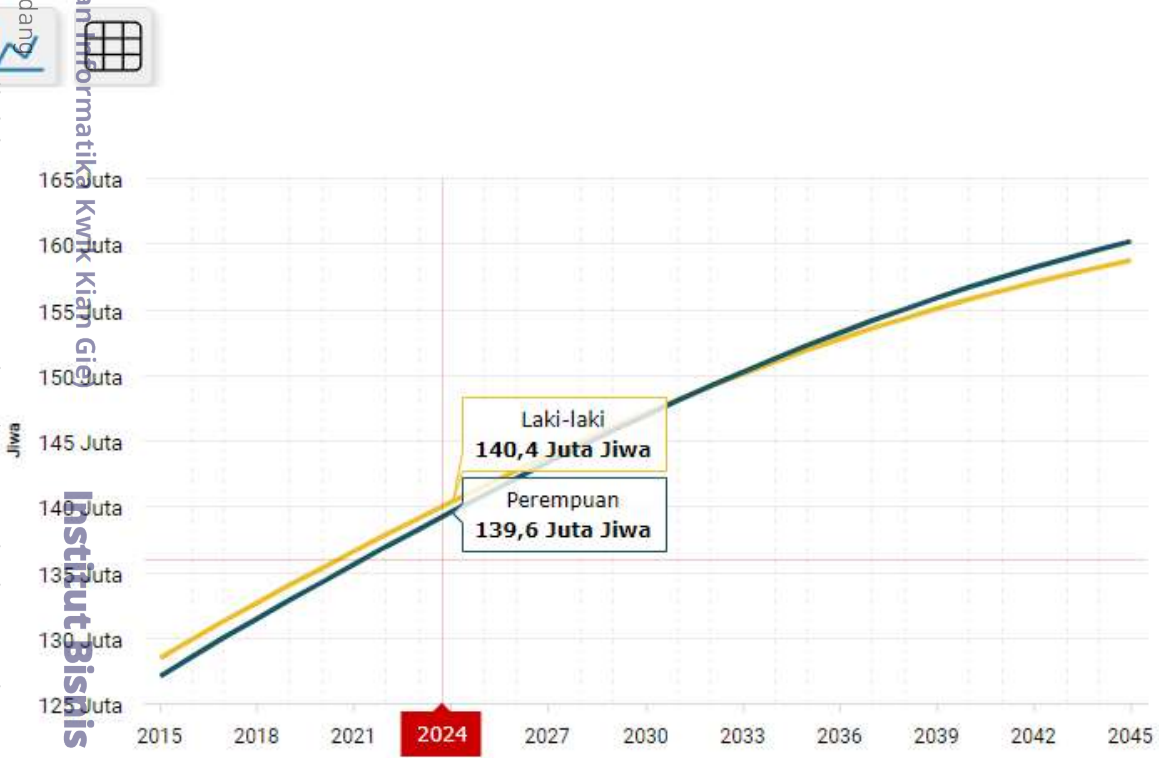
1. Dilarang menyalin atau menjiplak seluruh atau sebagian isi tulisan ini tanpa izin IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



negara. Dengan melihat pertumbuhan penduduk di Indonesia yang tinggi, membuat tingkat konsumsi belanja kebutuhan akan meningkat. Dan produk *Bemee* dapat di perjual belikan kepada konsumen di kalangan usia dari 13 sampai 50 tahun. Selain itu, berubahnya gaya hidup masyarakat Indonesia yang saat ini sangat memperhatikan penampilan kesehatan perawatan tubuh mereka, memberikan kesempatan lebih banyak lagi bagi *Bemee* untuk dapat berkompetisi di pasar.

**Gambar 1.3**  
**Penduduk Laki-laki dan Perempuan Indonesia 2024**

**Proyeksi Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Jenis Kelamin (2015-2045)**



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

c) Technology (Teknologi)

Ha Cipta Diliindun ggi In m Undan  
Ha Cipta Diliindun ggi In m Undan  
1. Dilaran mengutip ebagian p...  
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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





Perkembangan teknologi di dunia, khususnya pada negara Indonesia terbilang sangat pesat. Banyak terjadi perubahan dan adaptasi baru bagi masyarakat Indonesia yang mau tidak mau harus mengikuti perkembangan zaman. Dengan adanya perkembangan zaman dalam hal ini yaitu perkembangan dalam bidang teknologi. Perkembangan bidang teknologi memiliki dua sisi, yaitu sisi *positive* dan sisi *negative*. Dampak sisi *positive* bagi pengusaha bisnis adalah dapat digunakan untuk menjadi kesempatan dalam kegiatan usaha.

Zaman sekarang, banyak dari masyarakat diberikan kemudahan untuk dapat menjadi pelaku usaha atau pembisnis hanya dengan bermodalkan *telephone* genggam atau *handphone* ditambah adanya jaringan internet. Masyarakat dapat berjualan secara online atau melalui berbagai lapak seperti, Shopee, Tiktok, dan instagram yang masih banyak lainnya.

Perkembangan teknologi di Indonesia menjadi kesempatan untuk penulis agar dapat memulai usaha Beme. Karena penulis tidak perlu mengeluarkan modal yang terlalu besar dan dapat menjangkau konsumen dari berbagai wilayah di Indonesia. Serta konsumen juga dapat melakukan pembayaran mudah yaitu dengan cara transfer. Selain itu, penjual dan pembeli tidak perlu khawatir akan ditipu oleh salah satu pihak.

#### e. *Environment* (Lingkungan)

Faktor lingkungan menjadi salah satu bagian penting untuk keberlangsungan suatu usaha bisnis. Lingkungan tempat usaha Beme memiliki pengaruh karena cukup banyak beberapa rumah disekitar tempat usaha juga yang dijadikan lokasi usaha online. Pengaruh pada lingkungan sekitar juga menunjukkan reaksi *positive* bagi para tetangga yang menerima kehadiran adanya tempat usaha disekitar perumahan. Dan karena Beme mempergunakan bahan-bahan yang aman bagi lingkungan, dengan ini tidak adanya limbah yang akan membahayakan lingkungan sekitar.

Hal ini yaitu perkembangan dalam bidang teknologi. Perkembangan bidang teknologi memiliki dua sisi, yaitu sisi *positive* dan sisi *negative*. Dampak sisi *positive* bagi pengusaha bisnis adalah dapat digunakan untuk menjadi kesempatan dalam kegiatan usaha.

Hal ini yaitu perkembangan dalam bidang teknologi. Perkembangan bidang teknologi memiliki dua sisi, yaitu sisi *positive* dan sisi *negative*. Dampak sisi *positive* bagi pengusaha bisnis adalah dapat digunakan untuk menjadi kesempatan dalam kegiatan usaha.

Hal ini yaitu perkembangan dalam bidang teknologi. Perkembangan bidang teknologi memiliki dua sisi, yaitu sisi *positive* dan sisi *negative*. Dampak sisi *positive* bagi pengusaha bisnis adalah dapat digunakan untuk menjadi kesempatan dalam kegiatan usaha.

1. Dilarang menyalin atau menjiplak bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menuliskan sumber dan menyebutkan sumbernya.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sampah dari produksi Bemee juga tidak memiliki pengaruh buruk pada masyarakat karena Bemee akan membayar iuran sampah dari petugas kebersihan setiap bulannya. Dan dari tempat usaha Bemee, juga memperkerjakan seorang cleaning service yang bertugas untuk menjaga lingkungan produksi dan lingkungan dalam rumah produksi tempat usaha Bemee agar terjaga kebersihannya. Dan untuk bisnis *online* seperti *Bemee* ini, sepertinya lingkungan bukan merupakan faktor yang sangat penting. Walaupun letak lokasi *Bemee* strategis, akan memudahkan dalam proses pengiriman. Namun, pada bisnis *online* memiliki kelebihan yang memudahkan bisnis usaha yaitu dapat menjangkau konsumen dari mana pun. Oleh karena itu faktor lingkungan tidak menjadi *focus* utama bagi *Bemee*.

#### f. Legal

Hukum adalah faktor yang harus diperhatikan dan ditaati dalam suatu kegiatan bisnis usaha agar kegiatan bisnis dapat berjalan dengan lancar. Pelaku usaha wajib menaati peraturan-peraturan dari pemerintah yang telah ditetapkan. Dan juga harus memenuhi semua kewajiban perizinan usaha sebagai pelaku usaha maupun perusahaan.

*Bemee* merupakan bisnis yang bergerak di bidang kosmetik ini tentunya harus memiliki SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) sebelum melakukan produksi. Berikutnya, Bemee harus memiliki OSS RBA (*Online Single Submission Risk Based Approach*) yang merupakan izin usaha bisnis *online*. Kemudian membutuhkan NPWP (Nomor Poko Wajib Pajak), NIB (Nomor Induk Berusaha), dan BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan) agar produk yang dipasarkan atau dijual oleh Bemee sudah terbukti halal dan sudah mendapatkan izin secara resmi. Serta sudah layak untuk di penggunaan oleh konsumen karena sudah lulus dari BPOM.

### 1.4 Analisis Pesaing (Porter's Five Forces Business Model)



Menurut Fred R. David (2017:229), menyatakan bahwa “*Porter’s five forces model of competitive analysis is a widely approach for developing strategies in many industry*”. Yang

artinya adalah pendekatan yang digunakan secara luas dan mendalam untuk mengembangkan strategi dalam banyak *industry*. Lima kekuatan yang akan dianalisis, yaitu persaingan antar perusahaan sejenis, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok, kemungkinan masuknya pesaing baru, dan ancaman produk substitusi. Berikut ini adalah lima kekuatan porter:

**Gambar 1.4**  
**Porter Five Business Model**



Sumber: Fred R. David (2023:102), *Strategic Management*

#### a. Persaingan Antar Perusahaan yang Ada

Persaingan antar perusahaan adalah karena perusahaan yang menawarkan produk dan atau jasa sejenis. Jika dibandingkan dengan kekuatan lainnya, persaingan antar perusahaan sejenis merupakan kekuatan yang paling besar dalam model ini. Persaingan antar perusahaan pada dunia bisnis adalah hal yang tidak dapat dihindari antara perusahaan yang memiliki jenis bidang usaha yang sama. Untuk mengetasi hal tersebut, tentu perusahaan harus melakukan



analisis pesaing dan menentukan keunggulan kompetitif agar mampu membuat bisnis bersaing dengan perusahaan sejenis secara optimal dan menjadi market *leader*.

*Bemee* yang akan menjalankan bisnis usahanya jelas memiliki pesaing yang cukup tinggi. Hal ini karena competitor seperti *Emina Sugar Rush*, *Noera Lip Scrub* dan *Nivea* merupakan perusahaan yang telah berjalan dan berdiri terlebih dahulu dan sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas, serta sudah terbukti dengan banyaknya penjualan yang telah mereka hasilkan.

#### b. Potensi Masuknya Pendatang Baru

Untuk potensi masuknya pendatang atau pesaing baru di industry bidang kosmetik sangat potensial karena *lips product* saat ini telah dikenal oleh masyarakat dan banyaknya permintaan dan ketertarikan masyarakat pada product lip scrub dan lip balm. Sehingga *Bemee* tetap harus menjaga kualitas dan mutu produk secara konsisten dan melakukan inovasi sesuai dengan kebutuhan serta memberikan pelayanan yang terbaik.

Dengan masuknya pendatang baru dalam usaha bisnis tentu saja memiliki ancaman besar, karena banyak pesaing atau pendatang baru yang akan menawarkan kelebihan dari produknya masing-masing. Mengingat modal yang ditawarkan dalam membuat usaha ini juga tidak terlalu besar.

#### d. Potensi Pengembangan Produk Pengganti

Dalam potensi produk pengganti juga tinggi dan harus diwaspadai oleh usaha bisnis. Karena kosmetik ini menawarkan kelembapan dan kesehatan pada bibir yang memiliki permasalahan pada bibir kering. Oleh karena itu, *Bemee* harus memperhatikan bahan-bahan yang dipergunakan oleh setiap kandungan yang dibuat untuk produk jual, *lip scrub dan lip balm*.



Oleh karena itu, *Bemee* harus memberikan kesan positif pada kualitas produk yang dijual demi memberikan pelayanan yang baik. Sehingga memberikan kesan yang baik pada konsumen yang menggunakan produk *Bemee* juga merasakan perkembangan dan perubahan pada bibir konsumen yang menjadi lebih lembab dan sehat.

Tidak hanya itu, *Bemee* juga harus mau dan siap untuk melakukan inovasi sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar. Selain itu, *Bemee* harus menjaga ketetapan ukuran yang konsisten pada setiap racikan *lip scrub* dan *lip balm* agar tetap disukai oleh konsumen.

#### d. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok memberikan pengaruh terhadap persaingan dan keberlangsungan dalam suatu industri bisnis. Karena tanpa pemasok, produsen tidak dapat melakukan kegiatan produksi. Tentu, pemasok dan produsen sama-sama ingin mendapatkan harga terbaik, dari sisi pemasok ingin menjual dengan harga yang tinggi sedangkan disisi produsen ingin membeli bahan baku semurah mungkin dengan kualitas sebaik mungkin.

*Bemee*, pastinya akan memiliki pemasok yang tetap atau pemasok langganan yang menjadi sumber pemasok bahan baku dalam pembuatan lip scrub dan lip balm. Pemasok tersebut memberikan bahan baku berupa *Beewax, Shea Butter, Cocoa Butter, madu, Olive Oil, Extract Vanilla, Vitamin E Oil*, dan *Powder Food* setiap bulannya sesai dengan kebutuhan dan dengan harga yang relative dibawah pasaran dan kualitas baik. Selain itu, ada pemasok bagian wadah / tube dan packaging. Pihak pemasok dan produsen akan bekerja sama dan menjalin hubungan dengan baik sehingga proses kegiatan bisnis ini dapat berjalan dengan baik.

#### e. Daya Tawar Konsumen

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa izin penciptanya dan menyebarkan atau menggunakan dalam bentuk apapun.  
2. 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.



Konsumen menjadi target utama dalam melakukan usaha bisnis. Dan tanpa adanya konsumen, maka suatu usaha bisnis perusahaan akan tutup dan bangkrut. Oleh karena itu,

konsumen memiliki hak istimewa untuk memilih produk terbaik yang dijual di pasaran. Konsumen tentu akan mencari produk yang memiliki kualitas yang tinggi dan kualitas terbaik dengan harga yang sesuai dengan kemampuan mereka, atau bisa juga mencari produk yang murah dengan kualitas tidak kalah baiknya dengan produk mahal.

Konsumen Indonesia biasanya memiliki ketertarikan tinggi terhadap barang jual produk yang murah. Dengan ini *Bemee* memiliki peluang besar untuk menarik konsumen Indonesia, karena produk yang di tawarkan oleh *Bemee* adalah termasuk produk yang memiliki harga jual yang murah dan cukup terjangkau. Namun tetap dengan kualitas produk yang mampu bersaing dengan kompetitor lainnya, karena memiliki bahan baku pilihan yang terbaik.

Dengan berbagai cara harus dilakukan seperti melakukan kegiatan promosi, membuat kemasan yang terlihat menari dan aman bagi konsumen dan memenuhi syarat seperti legal dan halal dan lain sebagainya. Karena konsumen di sini sebagai raja yang dapat sesuka hati dan keinginan mereka untuk membeli dan menilai produk yang akan mereka beli di media online.

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

*Competitive Profile Matrix* (CPM) adalah alat manajemen strategi yang tepat untuk membandingkan antara perusahaan dengan para pesaingnya. Dengan mengungkapkan atau melihat kekuatan dan kelemahan *relative* mereka. Faktor keberhasilan penting dalam *Competitive Profile Matrix*, yaitu termasuk isu-isu internal ataupun eksternal karena peringkatnya mengacu kepada kekuatan dan kelemahan para pesaing. dimana 4 adalah kekuatan utama, 3 adalah kekuatan minor, 2 adalah kelemahan minor, dan 1 adalah kelemahan utama. Berikut ini adalah enam analisis yang dilakukan *Bemee* dengan cara membuat *questioner* gfrom

1. Mela...  
a. Peng...  
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengu...  
tanpa izin IBIKKG.

Hak cipta milik IBIKKG (Institit Bsnisdan Informatika Kwik Kian Gie)

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



yang disebarakan oleh teman-teman dan kerabat untuk menghasilkan analisis berdasarkan pandangan orang banyak.

**Tabel 1.2**  
**Competitive Profile Matrix Pesaing**

Faktor Kunci Sukses	Bobot	Bemee		Emina		Noera	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga Produk	0,156	4	0,624	3	0,468	2	0,312
Reputasi Produk	0,169	2	0,338	4	0,676	4	0,676
Variasi Produk	0,065	4	0,26	2	0,13	2	0,13
Promosi	0,117	4	0,468	3	0,351	2	0,234
Kualitas Layanan	0,091	2	0,182	4	0,364	4	0,364
Kualitas Bahan Produk	0,403	4	1,612	2	0,806	3	1,209
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3,484</b>		<b>2,795</b>		<b>2,925</b>

Sumber: Bemee, 2023

Berdasarkan pada **Tabel 3.5** dapat dilihat bahwa direncanakan Bemee memiliki score yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Hal ini karena Bemee memiliki standar harga produk yang lebih terjangkau, reputasi yang dapat bersaing dengan competitor dengan cara melakukan variasi produk yang akan memiliki beberapa varian, melakukan promosi produk di berbagai media sosial seperti tiktok, shopee dan instagram. Dengan kualitas bahan baku produk yang lebih baik dan kualitas layanan yang terjangkau seluruh konsumen di seluruh Indonesia. Faktor-faktor inilah yang dapat menjadi salah satu kekuatan utama Bemee untuk memasuki pasar dan bersaing dengan Emina dan Noera.

## 1.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analisis)



Menurut Philip David (2023:192), “*Strategy analysis and the choice seek to determine alternative courses of action that could best enable the firm to achieve it’s mission and objectives*”. Yang jika diartikan, analisis adalah sebuah analisis strategi dan pilihan untuk menentukan program alternatif yang terbaik yang memungkinkan perusahaan mencapai misi dan tujuannya.

Singkatan dari SWOT analisis adalah *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan) *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman).

#### a. *Strengths* (Kekuatan)

*Strengths* adalah kondisi yang menggambarkan bahwa kekuatan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Dengan menganalisis kekuatan diperlukan untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing. Jika kekuatan perusahaan tersebut unggul dalam kualitasnya, maka keunggulan ini dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat kualitas yang lebih baik.

- 1) Beme memiliki harga produk yang lebih rendah dibandingkan dengan produk pesaing lainnya. Dengan kekuatan harga terjangkau ini, masyarakat Indonesia yang memiliki ketertarikan pada harga murah produk dengan kualitas yang baik. Maka *Beme* mampu bersaing dengan permintaan yang dipastikan banyak karena ketertarikan harga terjangkau untuk konsumen ini.
- 2) Membangun reputasi baik untuk calon konsumen dengan melakukan kerja sama dengan *beauty influencer* ternama di Indonesia. Dengan cara melakukan promosi di *media social* yang akan membantu perusahaan membangun brand image baik di pasaran sebagai bukti keunggulan dari produk *lip scrub* dan *lip balm Beme*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dimiliki IBI Kias (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Insitutu Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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





- 3) Bemee memiliki dua varian utama pada penjualan pertama yaitu, *vanilla* dan *strawberry* pada *lip scrub* dan *lip balm*. Dengan dua varian ini, *Bemee* berupaya untuk terus melakukan inovasi pada produk jual yang nantinya akan memberikan beberapa varian baru. Supaya konsumen dapat memiliki kepuasan dari pilihan varian yang *Bemee* tawarkan.

#### b. *Weakness* (Kelemahan)

*Weakness* adalah kondisi yang menggambarkan kelemahan suatu perusahaan pada saat ini. Kelemahan yang dapat menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan. Dan jika perusahaan tersebut memiliki kendala pemasaran yang kurang baik, maka perusahaan membutuhkan penelitian pada kekurangan-kekurangan yang ada pada bidang pemasaran tersebut. Hal ini perlu perhatian khusus agar tidak membuat perusahaan menjadi kalah saing dan mundur dibandingkan para pesaing competitor lainnya.

- 1) Rating produk atau testimoni dari konsumen yang masih rendah dibandingkan dengan yang dilakukan oleh pesaing lainnya yang sudah duluan dikenal oleh masyarakat.
- 2) Beberapa bahan baku yang sulit didapatkan. Kekhawatiran ini menjadi hal yang paling di perhatikan oleh *Bemee*. Karena bahan baku produk sangat berpengaruh dalam kegiatan produksi dan kesediaan barang. Maka *Bemee* akan berupaya untuk mencari produsen bahan baku lainnya. Sejalan dengan kegiatan produksi, dengan mendekati diri kepada produsen yang ada saat ini. Supaya kegiatan produksi nantinya tidak terjadi kendala.

#### c. *Opportunities* (Peluang)

*Opportunities* adalah gambaran bagi peluang yang ada dari sisi luar suatu perusahaan dan gambar tersebut dapat memberikan peluang untuk berkembangnya suatu perusahaan dimasa



depan. Peluang untuk kesempatan ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membantu mencapai visi, misi dan tujuan dalam jangka panjang.

- 1) Masyarakat Indonesia telah memiliki kepedulian kepada perawatan bibir dan kulit sehingga dengan peluang besar ini *Bemee* memiliki kepercayaan pada produk jual kami *lip scrub* dan *lip balm Bemee* menjadi produk jual dengan berkebutuhan dimasyarakat.
- 2) Adanya pertumbuhan penduduk Indonesia yang terus bertambah akan berdampak pada jumlah konsumsi masyarakat yang meningkat.
- 3) Perekonomian Indonesia terus bertumbuh dan akan menjadi negara dengan perekonomian terbesar ke-4.
- 4) Kemajuan teknologi memberikan peluang untuk usaha bisnis *Bemee*. Dengan mempermudah untuk melakukan promosi dan penjualan yang bisa dijangkau oleh seluruh masyarakat Indonesia.

#### d. *Threats* (Ancaman)

*Threats* adalah gambaran ancaman dari suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Dengan menganalisis ancaman, perusahaan dapat menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan yang dapat menyebabkan kemunduran perusahaan.

- 1) Adanya tingkat persaingan yang tinggi terhadap *competitor* perusahaan lainnya yang nama brandnya telah dikenal oleh masyarakat Indonesia.
- 2) Adanya peluang yang tinggi dengan datangnya pesaing dan competitor baru.
- 3) Inflasi yang menyebabkan adanya kenaikan pada harga jual untuk bahan pokok pada produk *lip scrub* dan *lip balm Bemee*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Milik IBI K5 (Institusi) dan IBI K5 (Institusi) Kwik Kian Gie

Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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)**

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 tulisan, 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 1**  
**Analisis SWOT Matrix**

<b>Internal</b>	<i>Strengths</i> (kekuatan)	<i>Weakness</i> (kelemahan)
-----------------	-----------------------------	-----------------------------



**Eksternal**

**Opportunities** (peluang)

**Threats** (ancaman)

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Produk memiliki kualitas yang tinggi</li> <li>b) Harga produk yang lebih rendah dibandingkan <i>market leader</i></li> <li>c) Melakukan kegiatan promosi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) <i>Rating</i> produk atau testimoni dari konsumen yang masih rendah</li> <li>b) Belum memiliki banyak varian rasa</li> </ul>
Strategi S-O	Strategi W-O
<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Masyarakat sudah peduli akan kesehatan bibir.</li> <li>b) Pertumbuhan penduduk dapat meningkatkan konsumsi.</li> <li>c) Perekonomian Indonesia yang terus bertumbuh dan akan menjadi negara dengan perekonomian terbesar ke-4.</li> <li>d) Kemajuan teknologi membuat <i>Beme</i> lebih mudah melakukan promosi dan penjualan serta dapat diakses oleh masyarakat seluruh Indonesia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Melakukan <i>training</i> terhadap tenaga kerja agar dapat memproduksi dan melakukan pelayanan dengan baik. (S1, S2, O4)</li> <li>b) Melakukan promosi produk melalui media sosial dan <i>e-commerce</i> (Tiktok dan Shopee). (S3, O1, O2, O4).</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Melakukan promosi melalui media sosial dan <i>e-commerce</i> (Instagram ads, Tiktok ads, dan Youtube ads) (W1, O1, O2, O3, O4)</li> <li>b) Melakukan inovasi dan menambah varian rasa sejalan dengan berkembangnya minat dari konsumen (W2, O1, O2)</li> </ul>
Strategi S-T	Strategi W-T
<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Tingkat persaingan tinggi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Mempunyai ciri khas pada kemasan,</li> <li>a) Menggunakan <i>beauty influencer</i></li> </ul>



<p>b) Masyarakat memiliki banyak pilihan untuk perawatan <i>lips</i>.</p> <p>c) Datangnya pesaing atau kompetitor baru.</p> <p>d) Naiknya harga barang pokok karena inflasi.</p>	<p>melakukan inovasi, dan memberikan harga yang terjangkau serta mempertahankan kualitas (S1, S2, T1, T2, T3, T4)</p> <p>b) Meningkatkan pelayanan dan <i>branding</i>, serta meminta testimoni dari konsumen. (S3, T1, T2, T3)</p>	<p>dan tiktokers untuk melakukan promosi. (W1, T1, T2, T3)</p> <p>b) Melakukan inovasi terhadap rasa produk (W2, T1, T3)</p>
--	---	--

Sumber: *Bemee*

### 1. Strategi S-O

- a. Melakukan training terhadap tenaga kerja agar dapat memproduksi dan melakukan pelayanan dengan baik (S1,S2,O4). *Training* kepada tenaga kerja dilakukan agar tenaga kerja dapat menjalankan tugas dan tanggung jawab mereka sesuai dengan standar operasional yang telah ditetapkan dan dapat menjaga kualitas produk.
- b. Melakukan promosi produk melalui *media social* dan *e-commerce* (S3,O1,O2,O4) *Bemee* menggunakan *media social* seperti *instagram*, *tiktok* dan *whatsapp*. *Media social Bemee* dimanfaatkan sebagai tempat promosi dan memberikan informasi mengenai produk *lip balm* dan *lip scrub*. Selain itu, *media sosial Bemee* juga sebagai alat komunikasi antara *Bemee* dengan konsumen serta menjaga hubungan baik dengan konsumen. *Bemee* juga melakukan promosi melalui *e-commerce* yaitu *Tiktok ads*, *instagram ads*, dan *youtube ads*.

### 2. Strategi S-T



- a. Mempunyai ciri khas pada kemasan, melakukan inovasi, memberikan harga yang terjangkau dan mempertahankan kualitas. (S1,S2,T1,T2,T3,T4).

*Bemee* memberikan pembeda dengan produk *competitor* melalui ciri khas kemasan. Kemasan juga dapat berubah-ubah suatu saat nanti sesuai dengan tren yang ada pada saat itu. *Bemee*, juga dapat melakukan inovasi produk dengan menambahkan varian rasa dan manfaat varian yang baru. Harga yang akan ditawarkan juga *relative* cukup terjangkau daripada harga pembanding dari *competitor*.

- b. Meningkatkan pelayanan dan branding, serta meminta *testimony* dari konsumen (S3,T1,T2,T3).

*Bemee* akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik, dengan cara memberikan informasi yang lengkap dari produk jual kepada calon konsumen, menjawab semua pertanyaan yang diberikan oleh konsumen mengenai pembahasan pada *lip balm* dan *lip scrub Bemee*. Dan menanggapi *feedback* dengan cepat. *Branding* juga akan dilakukan untuk membangun *brand image Bemee*, melalui kemasan dan kualitas produk yang baik. Selain itu, *Bemee* juga akan selalu meminta *testimony* dari konsumen untuk memberikan bukti *social* kepada calon konsumen yang lain agar lebih percaya akan produk *Bemee*.

### 3 Strategi W-T

- a. Menggunakan beauty influencer untuk melakukan promosi (W1,T1,T2,T3)

Dalam membangun sebuah brand baru dibutuhkan promosi agar target pasar yang dituju dapat *awareness* terhadap produk yang ingin dipasarkan. Dalam menjangkau dan membangun *awareness* konsumen, maka *Bemee* akan menggunakan jasa *beauty influencer* untuk mempromosikan produk *Bemee* agar maksud dari promosi tersebut dapat tersampaikan kepada calon konsumen yang tepat.



- b. Melakukan inovasi terhadap produk (W2,T1,T3)

Dengan berjalannya usaha bisnis dan bertambahnya konsumen, maka *Bemee* akan melakukan inovasi berupa penambahan varian rasa dan manfaat pada *lip balm* dan *lip scrub Bemee* yang akan memberikan banyak pilihan lain untuk konsumen.

#### 4. Strategi W-O

- a. Melakukan promosi melalui media social (W1,O1,O2,O3,O4)

Media social yang digunakan yaitu instagram dan whatsapp. Media social ini digunakan dengan bertujuan untuk melakukan promosi agar konsumen dapat melihat dan menjangkau informasi serta produk *Bemee* dengan mudah. Selain itu, promosi melalui media *social* tidak memerlukan biaya yang cukup tinggi. Serta melakukan promosi pada e-commerce yaitu Instagram ads, Tiktok ads, dan Youtube ads.

- b. Melakukan inovasi sejalan dengan berkembangnya minat konsumen (W2,O1,O2)

Inovasi akan dilakukan seiring dengan berkembangnya bisnis *lip balm* dan *lip scrub Bemee* ini. Maka *Bemee* akan memberikan lebih banyak lagi pilihan terhadap produk *lip balm* dan *lip scrub*. Sebelum menambahkan varian, *Bemee* akan memberikan *tester* kepada konsumen sebagai bagian dari tes pasar. Jika banyak mendapatkan respons yang baik dan mendapatkan permintaan terhadap *tester* tersebut meningkat dari konsumen untuk diperjualkan. Maka *Bemee* akan memutuskan untuk meluncurkan produk dengan varian baru tersebut sebagai produk siap jual.