

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

A. *Trend* dan Pertumbuhan Industri

Dalam perjalanan membangun sebuah usaha bisnis dibutuhkan analisis dan penelitian untuk mengetahui apa yang terjadi pada tren dan pertumbuhan industri yang terkait. Untuk data yang telah diperoleh, dapat digunakan oleh pelaku bisnis dalam mengetahui kondisi yang sesungguhnya di industri yang akan dituju seperti permintaan produk yang meningkat, munculnya pesaing baru atau sejenis dan masalah lainnya yang mengakibatkan resiko pada bisnis di kemudian hari. Maka dari itu, pengumpulan data yang diperoleh dari analisis dan penelitian terkait tren dan pertumbuhan industri sangat krusial dan penting dalam pengembangan dan pembangunan suatu usaha.

Tingkat permintaan terhadap pakaian olahraga yang semakin tinggi menurut Tribunnews, “Permintaan pakaian olahraga meningkat di Banjarmasin”. Hal ini sebagai bukti bahwa perkembangan industri *sportswear* semakin berkembang dengan adanya peningkatan demikian juga berhubungan dengan minat Masyarakat yang gemar berkegiatan olahraga. Dengan adanya gerakan gaya hidup sehat yang diterapkan oleh banyak orang selama pandemi dapat meningkatkan tingkat pemakaian produk olahraga dengan berbagai tujuan yang ingin dicapai oleh konsumen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

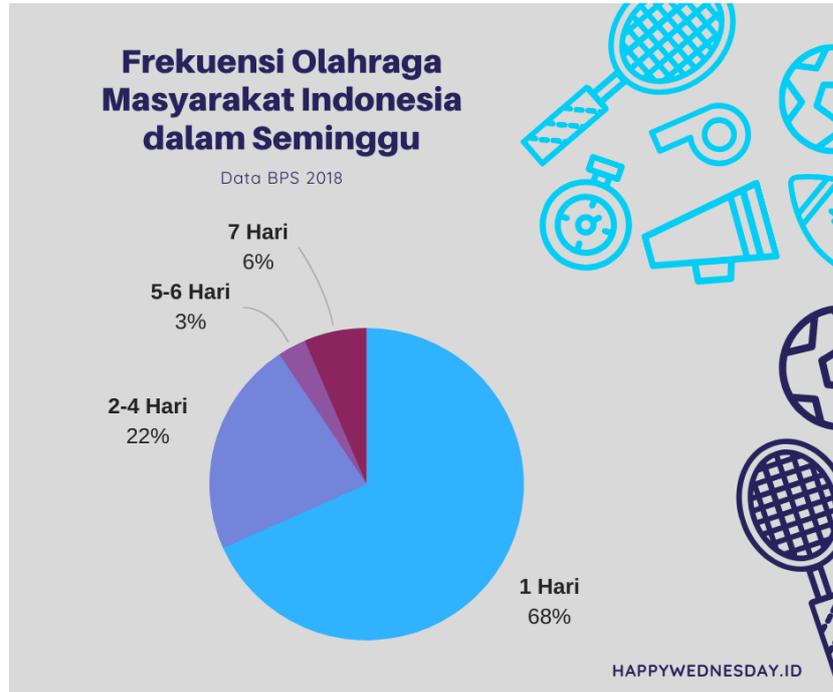


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Gambar 3. 1

Frekuensi Olahraga Masyarakat Indonesia dalam Seminggu



Sumber: Data BPS (2018)

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Frekuensi kegiatan olahraga yang dilakukan oleh Masyarakat Indonesia dalam seminggu mencapai 35,7 % penduduk Indonesia yang aktif berolahraga pada tahun 2018. Dimana data tersebut didapatkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Pemuda dan Olahraga terjadi peningkatan jika harus dibandingkan dengan data tahun 2015 yang kurang dari 28 %. Tentu dengan adanya peningkatan seperti ini dapat menjadi peluang bagi para pelaku bisnis dimana selama masa pandemi dapat dikatakan bahwa olahraga menjadi kegiatan penting yang dilakukan oleh Masyarakat.

Prospek dan proyeksi terhadap pasar pakaian olahraga di Indonesia mengalami perkembangan secara signifikan terutama dalam hal pendapatan pada tahun 2023. Dalam kurun jangka waktu yang pendek, tingkat daya beli konsumen akan lebih tinggi oleh target pasar yang disasar dengan meningkatnya penetrasi e-



commerce. Perilaku konsumen juga menjadi pemicu dimana konsumen lebih berani pada saat bertransaksi secara online ditambah dengan adanya tren yang muncul ke halaman *social media* konsumen. Kemudian untuk prospek bisnis *e-commerce* di Indonesia sangat potensial dimana pada saat pandemi bisnis online mengalami pertumbuhan 33,3% dari tahun 2020 dilansir oleh Detikfinance.

B. Analisis Pesaing

Analisis Pesaing menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018 : 542), “Untuk merencanakan strategi pemasaran yang efektif, sebuah perusahaan perlu mencari tahu semua hal yang bisa dilakukan tentang pesaingnya. Perusahaan harus terus membandingkan strategi pemasaran, produk, harga, saluran dan promosi dengan para pesaing dekatnya. Dengan cara ini, perusahaan dapat menemukan area potensi keunggulan dan kelemahan kompetitif”.

Metode ini digunakan oleh pelaku bisnis untuk menganalisa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pesaing beserta dengan ancaman yang diberikan. Kemudian, analisis tersebut berguna untuk menentukan strategi yang berfungsi dalam memenangkan persaingan pasar dan efektif dalam meningkatkan fokus pangsa pasar. Berikut analisis pesaing yang dikategorikan berdasarkan harga, kualitas produk, desain produk, teknologi produk dan promosi yang akan dirincikan pada Tabel 3.1. Kategori tersebut merupakan sebuah indikasi dalam melihat keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing.

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.



Tabel 3. 1

Daftar Pesaing “*Netra Sportswear*”

Pesaing	Kekuatan	Kelemahan
<i>Terrel Sportswear</i>	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki banyak varian dan desain yang beragam Produk yang disediakan lengkap Memiliki website dan <i>e-commerce</i> Sering memberikan promo produk 	<ol style="list-style-type: none"> Teknologi produk masih terbilang standar Kualitas produk yang berbeda-beda Size produk yang terlalu kebesaran
<i>Tiento</i>	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki banyak varian produk yang disediakan Produk yang ditawarkan sangat beragam Harga yang ditawarkan beragam Memiliki website dan <i>e-commerce</i> Memiliki size produk terlengkap 	<ol style="list-style-type: none"> Teknologi produk masih terbilang standar Jarang memberikan promo-promo menarik

Sumber : “*Netra Sportswear*”

Tabel di atas menunjukkan daftar pesaing yang secara langsung bersaing dengan “*Netra Sportswear*” dimana telah dilakukannya analisis pesaing melalui riset dari website dan *e-commerce* yang mana dimiliki oleh pesaing. Daftar pesaing yang dipilih sudah terlebih dahulu menjalankan bisnis mereka daripada “*Netra Sportswear*” maka dari itu adanya analisis pesaing dapat membuat pelaku bisnis menampilkan keunggulan yang dimiliki oleh bisnis sendiri.

C Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan sebuah metode yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang berhubungan dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



usaha bisnis yang akan dibangun. Faktor eksternal bisnis dilihat dari aspek ekonomi, politik, teknologi, sosial, hukum dan lingkungan yang bisa berupa peluang maupun ancaman yang akan datang bagi bisnis itu sendiri dan analisis tersebut berguna untuk memaksimalkan maupun meminimalisir dampak yang akan diberikan pada bisnis.

Berikut merupakan analisis PESTEL dari “*Netra Sportswear*” antara lain yaitu :

1. Politik (*Political*)

Dari aspek politik, pembangunan dan pendirian usaha bisnis *clothing line* “*Netra Sportswear*” akan berdampak untuk nantinya. Dimana pemerintahan telah mengeluarkan regulasi terkait dengan perizinan operasi berusaha antara lain NIB (Nomor Induk Berusaha) dan HKI (Hak Kekayaan Intelektual). Pembuatan NIB dapat dilakukan oleh pelaku bisnis melalui website OSS (Online Single Submission) secara digital dan selesai dalam kurun waktu kurang dari satu hari. Pendaftaran HKI termasuk merek dan hak paten dapat dilakukan oleh pelaku bisnis melalui website dgip.go.id (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual) dengan melakukan permohonan atas HKI yang akan didaftarkan. Suatu bisnis yang telah mengikuti semua kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dapat beroperasi secara aman dan mendapatkan jaminan perlindungan dari negara.

Dampak yang diberikan dari aspek politik terkait dengan pendirian usaha bisnis “*Netra Sportswear*” adalah mendapatkan perlindungan atas jalannya bisnis beserta hak kekayaan intelektual yang telah dijamin oleh negara. Beserta dengan dampak positif lainnya seperti menyakinkan para investor untuk menyuntik dana ke bisnis.

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.



2. Ekonomi (*Economy*)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dari aspek ekonomi, jika dilihat melalui pertumbuhan *e-commerce* selama pandemic mendapati persentase sekitar 33,2 % oleh Gubernur Bank Indonesia. Hal ini dapat menjadi pemicu para pelaku usaha UMKM mulai beralih menjadi digital untuk usaha mereka kedepannya dan kebiasaan konsumen setelah pandemi yang tidak terlalu berubah dan bertahannya terhadap hal yang mereka sukai seperti membeli barang / jasa melalui aplikasi online.

Pengaruh *e-commerce* terhadap perekonomian Indonesia memiliki dampak besar untuk perputaran uang di Masyarakat dimana mereka masih bisa bekerja setelah mengalami dampak pandemi tersebut. Begitu pula dengan “*Netra Sportswear*”, dimana operasional usaha *clothing line* ini akan sepenuhnya digital. Tentu dengan adanya prospek *e-commerce* yang menjanjikan dapat membantu para pelaku bisnis di *marketplace* dapat melakukan transaksi dengan konsumen.

Dampak aspek ekonomi terkait dengan pendirian usaha bisnis “*Netra Sportswear*” adalah pertumbuhan *e-commerce* yang menjanjikan dan memiliki prospek yang cerah kedepannya. Ditambah dengan operasional dari bisnis ini yang digital.

3. Sosial (*Social*)

Dari aspek sosial, peristiwa pengeseran zaman ditambah dengan pasca pandemi membuat habit terkait perilaku dan gaya hidup Masyarakat yang mempunyai kebiasaan belanja secara online dan merubah pola hidup yang sehat dengan cara olahraga. Maka dari itu, kebiasaan yang sulit dirubah dan sudah

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.



melengkap pada kehidupan sehari-hari dapat dijadikan peluang bisnis oleh pelaku bisnis yang telah terjun di dunia *e-commerce*.

Selain itu, interaksi sosial dengan sesama selama pandemi menjadi berkurang dan lebih fokus terhadap perkembangan diri masing-masing seperti ingin transformasi terhadap perubahan tubuh dan penampilan. Hal ini yang membuat adanya ide bisnis dengan pendiriannya “*Netra Sportswear*” sebagai peluang kesempatan berbisnis setelah pasca pandemi dan memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin mencapai tujuan mereka.

Dampak aspek sosial terkait dengan pendirian usaha bisnis “*Netra Sportswear*” adalah kebiasaan belanja online dari perilaku dan gaya hidup Masyarakat yang ingin lebih sehat. Peluang tersebut yang diambil oleh “*Netra Sportswear*” untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

4. Teknologi (*Technology*)

Perkembangan teknologi pada saat ini telah memudahkan banyak orang termasuk pelaku bisnis yang ingin memulai usaha bisnis yang akan dijalankan. Dengan adanya data dan informasi yang telah disediakan di halaman internet, dapat meningkatkan pengetahuan tentang bisnis dan membuat strategi yang efektif dalam menumbuhkan pangsa pasar. Contoh teknologi yang sedang digemari oleh banyak kalangan yaitu media sosial dan *marketplace*.

Apalagi ditambah dengan popularitas dari *e-commerce* dan media sosial yang semakin meningkat, maka tren tersebut akan terus berkelanjutan hingga saat ini menjadi tempat usaha bisnis dari beberapa merek ternama di *marketplace* dan *social media*. Interaksi antara pelaku bisnis dan konsumen dipersatukan dan lebih dimudahkan oleh adanya *e-commerce* ini. Penggunaan teknologi tersebut

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



diterapkan oleh “*Netra Sportswear*” yang beroperasi dengan menggunakan perdagangan secara elektronik atau yang lebih dikenal sebagai *e-commerce*.

Selain itu, ditambah dengan adanya inovasi terkait produk olahraga yang semakin canggih dimana teknologi yang diterapkan membantu pengguna untuk bisa mencapai *goals* yang ingin dituju dan memberikan kenyamanan pada saat menggunakan produk kami.

Dampak aspek teknologi terkait dengan pendirian usaha bisnis “*Netra Sportswear*” adalah operasional yang digunakan oleh bisnis melalui marketplace *e-commerce* dan *social media*. Inovasi terkait produk olahraga yang semakin membantu para *user* dalam memberikan pengalaman yang unik

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

5. Lingkungan (*Environment*)

Dari aspek lingkungan, dampak yang dirasakan oleh bisnis *clothing line* ini adalah pencemaran lingkungan terkait sampah dimana penggunaan plastik sebagai pengemasan produk akan mengancam bagi “*Netra Sportswear*”. Selain itu, faktor eksternal lingkungan seperti pemanasan global dan bencana alam lainnya pasti mengganggu operasi bisnis dan produksi produk karena bahan baku yang kurang akibat adanya perubahan iklim yang tidak mendukung.

Dampak aspek lingkungan terkait dengan pendirian usaha bisnis “*Netra Sportswear*” berkaitan tentang produksi dan operasional bisnis yang bisa terganggu akibat faktor eksternal dan pencemaran yang diakibatkan oleh sampah plastik.

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.



6. Legalitas (*Legal*)

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

Dari aspek legalitas, Bisnis “*Netra Sportswear*” harus memperhatikan kebijakan pemerintah. Pemerintah telah membuat peraturan terkait dengan perizinan usaha berdagang dan sertifikat pendirian usaha. Salah dari dua perizinan yang harus didaftarkan yaitu NIB (Nomor Induk Berusaha) dan HKI (Hak Kekayaan Intelektual). Selain itu, pelaku bisnis juga harus memperhatikan tentang aturan ketenagakerjaan dan mengikuti regulasi yang berlaku di Negara Indonesia.

Dampak aspek legalitas terkait dengan pendirian usaha bisnis “*Netra Sportswear*” membutuhkan NIB dan sertifikasi pendirian usaha. Selain itu, pendaftaran HKI harus dilakukan demi menjaga dan melindungi merek dagang, hak paten, dan hak cipta atas bisnis. Hal-hal tersebut digunakan untuk legalitas untuk mengikuti regulasi yang berlaku.

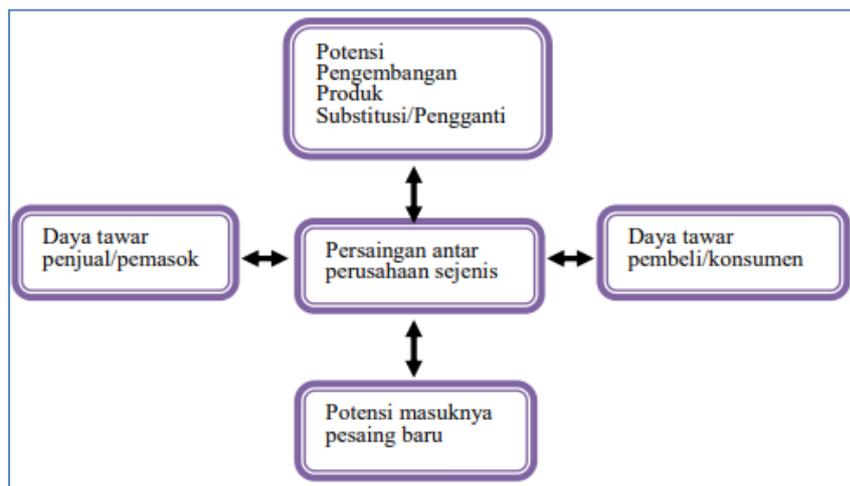
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

D. Analisis *Porter Five Forces*

Gambar 3. 2

Porter’s Five-Forces Model



Sumber: Manajemen Strategi – Konsep Dasar, Teori dan Implementasi 2021



Model lima kekuatan porter menurut Omar Hendro dan Sri Rahayu (2021 : 31),

“Analisis kompetitif mengenai pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi dibanyak industri. Intensitas persaingan antar perusahaan sangat beragam dari satu industri ke industri lain”. Dalam membangun dan mendirikan suatu usaha, dibutuhkan analisis terkait dengan faktor eksternal yang berdekatan dengan lingkungan sekitar. Analisis tersebut ditemukan oleh. Berikut ini Analisis *Porter Five Forces* yang dirincikan oleh “*Netra Sportswear*”:

1. Persaingan antar Perusahaan Sejenis

Persaingan dengan perusahaan sejenis sering kali kerap terjadi apabila bertemu dalam satu industri yang sama dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Walaupun perusahaan memiliki banyak kesamaan yang sejenis akan tetapi masing-masing perusahaan memiliki keunggulan dan keunikan yang berbeda-beda dengan pesaingnya. Jadi untuk persaingan antar perusahaan sejenis pasti akan terjadi dan susah untuk dihindari oleh perusahaan apabila terdapat banyak pesaing dalam industri yang sejenis.

Pesaing “*Netra Sportswear*” antara lain *Terrel Sportswear* dan *Tiento* merupakan pesaing secara langsung di dalam industri sama. Ketiga pesaing yang telah disebutkan memiliki *brand identity* yang cukup terkenal di mata konsumen. Maka dari itu, ancaman persaingan dengan Perusahaan sejenis bagi “*Netra Sportswear*” sangatlah tinggi apabila ditinjau melalui lamanya bisnis berdiri dan nama dari bisnis itu sendiri.

Potensi persaingan dengan sesama perusahaan sejenis pasti terjadi dan tak mungkin untuk dihindari. Sehingga menyebabkan terjadinya pasar persaingan sempurna dimana produk yang ditawarkan sejenis atau serupa yang dapat

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



memberikan ancaman yang menimbulkan dampak yang serius bagi bisnis baru seperti “*Netra Sportswear*” yang langsung berhadapan langsung sebagai kompetitor. Maka dari itu, strategi yang digunakan adalah pembuatan konten yang unik dan interaktif sehingga dapat dikenali oleh banyak masyarakat.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Ancaman dari Pendetang Baru

Pendetang baru merupakan salah satu ancaman yang dihadapi oleh bisnis-bisnis yang telah ada di dalam industri sejenis. Ancaman yang diberikan langsung berdampak pada kompetisi usaha yang sejenis dan dapat dirasakan oleh pesaingnya. Seiring dengan peningkatan terhadap permintaan masyarakat yang tinggi maka selalu ada peluang bisnis baru yang akan tercipta

“*Netra Sportswear*” sendiri merupakan bisnis *clothing line* yang berfokus pada industri *sportswear* dan akan menjalankan operasional bisnis di *e-commerce* dan *social media*. Potensi terhadap munculnya pendatang baru terbilang sangat tinggi apabila ditinjau dari angka permintaan masyarakat yang meningkat dan rasa yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang sama.

Potensi ancaman dari pendatang baru yang tinggi akan mengancam keberadaan bisnis “*Netra Sportswears*” untuk kedepannya dan berpotensi menjadi pesaing utama bisnis ini.

3. Ancaman terhadap Produk Pengganti

Produk pengganti merupakan alternatif lain yang menjadi opsi pilihan konsumen terhadap produk utama yang kita sediakan tidak memenuhi ekspektasi maupun kebutuhan pelanggan. Faktor penyebab konsumen memilih produk

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.



pengganti dikarenakan dari segi harga maupun kualitas yang diberikan jauh lebih baik dan murah.

Ancaman produk pengganti terhadap bisnis “*Netra Sportswear*” terbilang sangat moderat tergantung pada pemilihan konsumen yang mengetahui kualitas dan harga produk. Dengan permintaan masyarakat yang tinggi, dapat membuat opsi produk pengganti menjadi ancaman yang lebih serius dan berdampak bagi bisnis “*Netra Sportswear*”.

Produk pengganti memberikan ancaman moderat bagi bisnis “*Netra Sportswear*”. Faktor adanya produk pengganti antara lain permintaan Masyarakat dan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang tidak terpenuhi.

4. Kekuatan daya tawar menawar pemasok

Supplier merupakan salah satu pihak yang menjadi pemasok bahan utama maupun lainnya bagi suatu bisnis. Maka dari itu, kekuatan yang dimiliki supplier dapat meningkatkan harga terhadap kebutuhan bahan baku suatu bisnis. Oleh sebab itu, sebagai pelaku bisnis harus menjaga hubungan yang harmonis dengan pemasok kita. Apabila tidak, *supplier* dapat sesuka hati terhadap bahan baku yang akan dijual kepada pihak luar.

“*Netra Sportswear*” akan menjual produk olahraga seperti baju olahraga, celana olahraga dan aksesoris olahraga. Maka dari itu, pelaku bisnis harus mencari *vendor clothing* yang menyakinkan dan dapat memenuhi ekspektasi pelanggannya. Setelah menemukan *vendor* yang cocok, selanjutnya pelaku bisnis harus bisa bernegosiasi dengan produsen untuk menyepakati tujuan bersama.

“*Netra Sportswear*” telah menjalin hubungan dengan *vendor clothing* terhadap produk yang akan dijual nantinya oleh bisnis ini. Kekuatan *vendor*

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.



“*Netra Sportswear*” untuk menentukan besarnya harga dan bahan baku terbilang umum karena produk tersebut yang digunakan tidak langka dan cenderung memiliki harga yang konstan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

5. Kekuatan daya tawar menawar Konsumen

Konsumen merupakan kunci sebuah usaha dalam mempertahankan hidup bisnisnya secara langsung. Kekuatan pembeli konsumen dapat mempengaruhi dalam segi harga, kualitas dan pilihan konsumen. Jika produk yang disediakan tidak cocok dengan pembeli, maka konsumen dapat beralih kepada pilihan lainnya.

“*Netra Sportswear*” akan berusaha dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen dan memberikan produk olahraga dengan kualitas yang terbaik serta dengan harga yang terjangkau. “*Netra Sportswear*” juga akan menghadirkan berbagai promo yang menarik yang dapat dilihat oleh konsumen seperti promosi *bundling* satu *set* pakaian dari “*Netra Sportswear*”.

Daya beli konsumen yang tinggi dapat membantu perkembangan bisnis “*Netra Sportswear*” menjadi *next level* dan ditambah dengan dukungan dari berbagai pihak. Tentunya dengan dorongan dari konsumen sendiri akan membuat “*Netra Sportswear*” memberikan hal yang maksimal kepada konsumen.

E Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix*)

Analisis CPM (*Competitive Profile Matrix*) akan menggunakan faktor-faktor kunci sukses sebagai indikator untuk menentukan bagus atau tidaknya sebuah usaha dari berbagai indikasi. Tujuan analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi pesaing

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.



yang berhadapan langsung dengan bisnis dalam hal keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing.

Tabel 3.2
Competitive Profile Matrix “Netra Sportswear”

Kunci Faktor Sukses		Netra Sportswear		Terrel Sportswear		Tiento	
Keterangan	Bobot	Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor
Harga Produk	0.20	3	0.60	4	0.81	4	0.81
Kualitas Produk	0.21	4	0.85	3	0.64	3	0.64
Desain & Warna Produk	0.20	4	0.79	3	0.59	3	0.59
Teknologi Produk	0.19	2	0.38	2	0.38	2	0.38
Promosi	0.20	3	0.60	4	0.81	4	0.81
Total	1		3.22		3.21		3.21

Sumber: “Netra Sportswear”

Berdasarkan Tabel 3.2, pada analisis CPM ini menunjukkan bahwa “Netra Sportswear” memperoleh total skor 3.22 yang dimana lebih tinggi sedikit dibandingkan dengan kompetitor sejenisnya. Penentuan bobot dari kunci faktor sukses didapatkan melalui kuesioner yang dibagikan dan keterangan rating yang diberikan pada setiap elemen pada Tabel diatas adalah sebagai berikut:

1. 4 = *Major Strength*
2. 3 = *Minor Strength*
3. 2 = *Minor Weakness*
4. 1 = *Major Weakness*

Analisis ini digunakan oleh bisnis “Netra Sportswear” dengan mengumpulkan jawaban responden sebanyak 30 orang yang telah menjawab kuesioner *google forms* yang telah disebarakan melalui perantara media sosial dan japri. Tujuan dari analisis ini untuk mengetahui apakah “Netra Sportswear” dapat

Hak cipta milik IBI KIG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 Hak Cipta Ditandatangani 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 IBIKIG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKIG.

memenangkan beberapa faktor yang penting dalam memenangkan pasar. Berikut analisis CPM akan dirincikan pada Tabel 3.2 sebagai berikut:

1. Harga Produk

Harga produk merupakan aspek penting yang biasanya menjadi indikator seorang konsumen dalam menentukan pilihan pembelian. “*Netra Sportswear*” mendapatkan *rating* yang lebih rendah dibandingkan dengan kedua kompetitor yaitu “*Terrel Sportswear*” dan “*Tiento*”. Dengan harga produk yang ditawarkan oleh “*Netra Sportswear*”, konsumen dapat merasakan secara langsung bagaimana kualitas dan model pakaian yang dikenakan. Selain itu, dengan harga yang cenderung lebih mahal ketimbang kompetitor dapat menjadi sebuah ancaman. Akan tetapi, *value* produk yang akan berdampak langsung kepada pengguna dapat dijadikan sebagai sebuah *advantage* yang dirasakan oleh konsumen dan membuat produk terlihat lebih *worth to buy*.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk menjadi daya ukur konsumen dalam menentukan pembelian suatu produk yang akan dilihat dari kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Skor 0.85 didapatkan “*Netra Sportswear*” lebih tinggi jika dibandingkan “*Terrel Sportswear*” dan “*Tiento*” yang sama-sama memiliki skor 0.64. Skor tertinggi tersebut diperoleh melalui serangkaian prosedur yang diterapkan pada bisnis clothing “*Netra Sportswear*” perihal kualitas produk seperti pemilihan bahan pakaian, melakukan *sampling*





product terlebih dahulu dan melakukan *quality control* terhadap produk yang akan dipasarkan kedepannya.

Untuk “*Terrel Sportswear*” dan “*Tiento*”, dari sisi harga yang ditawarkan kurang lebih sama maka kualitas produk yang ditawarkan tidak jauh berbeda. Oleh karena itu, aspek kualitas produk akan diperhatikan seperti pada umumnya dan cenderung melakukan kesalahan pada *quality control* dikarenakan produksi yang terlalu banyak.

3. Desain & Warna Produk

Pendirian bisnis clothing “*Netra Sportswear*” ditujukan untuk membuat perubahan baru terhadap standar pakaian olahraga sehingga menjadi diferensiasi maupun membedakan diri dengan pesaing terdahulu. Standar tersebut terdiri dari variasi desain dan warna produk yang disesuaikan dengan perkembangan yang sedang terjadi.

Skor tertinggi 0.79 yang diperoleh “*Netra Sportswear*” merupakan tujuan awal dari pembuatan pakaian olahraga yang memiliki desain yang *stylish* dan *trendy*. *Value* produk dapat dirasakan langsung oleh pengguna pada saat mengenakan produk dari “*Netra Sportswear*”. Sedangkan pesaing “*Terrel Sportswear*” dan “*Tiento*” sama-sama memiliki skor 0.56 yang memiliki produk pakaian olahraga yang polos atau menempelkan sablon logo *brand* pada pakaian olahraga mereka.

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



4. Teknologi Produk

Pada teknologi produk, skor yang didapatkan “*Netra Sportswear*” relatif sama dengan “*Terrel Sportswear*” dan “*Tiento*” yang memiliki 0.38. Skor tersebut didapatkan sebab kurangnya ciri khas yang dapat membedakan dari produk pesaing yang sejenis dimana ciri khas suatu produk dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk tersebut. Contoh teknologi produk yang digunakan adalah antibakteri dan *light weight*.

Selain itu, teknologi produk yang digunakan hampir tidak jauh berbeda dengan yang ada di pasaran saat ini sehingga dikatakan teknologi produk pada Tabel CPM mendapatkan rating “2” yang berarti *minor weakness*.

5. Promosi

Promosi yang dilakukan untuk mengembangkan usaha “*Netra Sportswear*” masih kurang gencar jika dibandingkan kedua pesaing “*Terrel Sportswear*” dan “*Tiento*” yang telah menjalankan bisnis mereka terlebih dahulu. Bisnis yang telah berjalan terlebih dahulu telah mendapatkan nama brand di pasar jika dibandingkan “*Netra Sportswear*” yang masih permulaan.

Untuk itu perlu diadakannya pemaparan dan ekposur yang lebih giat melalui berbagai platform. Promosi yang akan dilakukan oleh “*Netra Sportswear*” yaitu pembuatan konten yang atraktif dengan konsumen secara langsung, mengadakan kerja sama dengan kegiatan olahraga yang akan datang dan kolaborasi dengan *influencer* olahraga maupun *review* pakaian.

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (*SWOT Analysis*)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

SWOT Analysis merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui informasi penting mengenai lingkungan internal dan eksternal dari suatu bisnis. Lingkungan internal bisnis berasal dari dalam perusahaan dan merupakan hal yang dapat dikontrol oleh manajemen bisnis dimana kita akan mengetahui dua faktor penting yaitu *Strength* (Kekuatan) dan *Weakness* (Kelemahan) yang dimiliki bisnis kita dan berhubungan dengan analisis CPM. Sedangkan, lingkungan eksternal bisnis berkaitan dengan hal di luar kendali bisnis dan tidak bisa dikontrol seperti *Threat* (Ancaman) yang akan datang maupun *Opportunity* (Peluang) bisnis serta berhubungan dengan analisis PESTEL.

Analisis SWOT bertujuan untuk mengetahui keunggulan, kelemahan, peluang bisnis maupun ancaman yang akan datang. Analisis SWOT terhadap bisnis *clothing line "Netra Sportswear"* akan disajikan dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Strength* (Kekuatan)

Strength (Kekuatan) merupakan keunggulan yang biasanya ditampilkan oleh suatu bisnis untuk memperkuat merek dagang maupun untuk menarik perhatian calon konsumen. Berikut rincian dari *strength "Netra Sportswear"* antara lain yaitu:

a. Mengutamakan produk dengan kualitas tinggi

"*Netra Sportswear*" akan selalu menyediakan produk yang berkualitas. Maka dari itu, sebelum melakukan produksi massal harus terlebih dahulu menggunakan *sampling product* yang menjadi bahan pertimbangan apakah produk tersebut layak atau tidaknya dipasarkan kepada konsumen. Produk

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.



dengan kualitas tinggi berasal dari penggunaan bahan utama yang digunakan dalam produksi dan teknologi yang diterapkan pada produk yang menjadikan sebuah produk memiliki nilai mutu yang tinggi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Desain produk untuk memberikan varian pilihan pada konsumen

“*Netra Sportswear*” menghadirkan pilihan varian desain pada produk yang akan diproduksi. Tujuan dari adanya varian ini untuk memberikan beberapa opsi kepada konsumen agar dapat menemukan produk yang cocok dan tepat. Selain itu, desain produk ditujukan untuk membantu cara berpakaian calon konsumen terhadap *outfit* yang dikenakan.

c. Harga produk yang masih terjangkau

Produk dari “*Netra Sportswear*” memiliki harga yang masih terjangkau oleh para konsumen sehingga sangat cocok di kantong target pasar. Jika harus dibandingkan dengan kompetitor, harga yang ditawarkan relatif lebih mahal namun kualitas yang diberikan dari “*Netra Sportswear*” beserta desain & warna dapat disaingkan langsung dengan milik kompetitor.

d. Rutin melakukan promosi terkait *brand* dan *product*

Promosi yang akan dilakukan oleh “*Netra Sportswear*” adalah membuat konten interaktif yang dapat meningkatkan hubungan antara pelaku bisnis dengan konsumen. Selain itu, melakukan kerjasama dengan *event* olahraga beserta kolaborasi dengan *influencer* yang bisa meningkatkan *brand awareness* “*Netra Sportswear*”.

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



2. *Weakness* (Kelemahan)

Weakness (Kelemahan) merupakan hal yang berhubungan dengan kejelekan yang dimiliki oleh suatu bisnis kemudian hal tersebut tidak ingin ditunjukkan kepada publik. Kelemahan tersebut dapat bersifat fatal apabila tidak dapat diperbaiki dengan keunggulan yang kuat. Berikut rincian dari *weakness* “*Netra Sportswear*” antara lain yaitu:

a. Menggunakan teknologi umum pada produk

Teknologi pada produk “*Netra Sportswear*” terbilang masih umum digunakan oleh banyak pesaing. Selain itu, teknologi yang digunakan hampir tidak jauh berbeda dengan produk dipasaran melainkan hanya melabelkan dengan nama yang sejenis sehingga terlihat memiliki keunggulan yang sama namun dengan nama berbeda. Contoh teknologi pada produk antara lain anti bakteri dan *light weight*.

3. *Opportunity* (Peluang)

Opportunity (Peluang) merupakan kesempatan dalam menciptakan peluang bisnis yang akan datang. Peluang tersebut dapat direalisasikan melalui peristiwa maupun kejadian yang berkaitan dengan dunia *fashion*. Contoh: *Citayem Fashion Week* dan Piala Dunia 2022. Berikut rincian dari *opportunity* “*Netra Sportswear*” antara lain yaitu:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



a. Meningkatnya minat masyarakat terhadap buatan produk lokal

Dengan dorongan dan dukungan pemerintah terhadap penggunaan produk anak bangsa, dapat meng-*support* pelaku bisnis UMKM di Masyarakat dan dapat bersaing dengan produk luar negeri. Dorongan tersebut bukan tanpa semata melainkan produk lokal yang semakin mendekati kualitas produk luar negeri dengan harga yang jauh lebih terjangkau. Maka dari itu, peluang bisnis tersebut diambil oleh “*Netra Sportswear*” karena memiliki potensi yang baik.

b. Meningkatnya kesadaran dalam pentingnya menjaga kesehatan

Tingkat kesadaran Masyarakat terhadap kesehatan semakin meningkat berkat adanya kejadian yang tak terduga seperti pandemi. Dengan memanfaatkan waktu yang luang, banyak dari Masyarakat ingin sehat dan melakukan olahraga dengan tujuan lain yaitu untuk membentuk tubuh yang ideal dimulai dari pandemi ini. Hal ini meningkatkan adanya permintaan dari Masyarakat akan produk olahraga yang salah satunya pakaian olahraga.

c. Bantuan pembuatan legalitas merek dan izin usaha oleh pemerintah

Pembuatan legalitas merek (HKI) dan izin usaha (NIB) sangat mudah dan praktis melalui perangkat *smartphone* maupun *computer*. Melalui *website* yang disediakan oleh pemerintah, dapat mendorong UMKM lebih berkembang dan mendapatkan perlindungan terhadap merek dan izin operasional dilakukan. Hal ini akan membuat pelaku bisnis lebih aman dalam berbisnis dan berinovasi kedepannya karena adanya legalitas merek yang bisa didaftarkan serta izin berusaha.

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.



d. Perkembangan *e-commerce* dan *social media* yang memudahkan UMKM

Perkembangan teknologi yang memudahkan UMKM dalam melakukan promosi maupun berjual di *platform e-commerce* dan *social media*. *Platform e-commerce* merupakan wadah bagi pelaku bisnis untuk bisnis berjualan dan mendapatkan brand awareness.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Threat (Ancaman)

Threat (Ancaman) merupakan hal yang berbahaya yang dapat mengancam keberadaan langsung hidup suatu bisnis. Ancaman biasanya terjadi karena terjadinya faktor eksternal yang tidak terduga. Berikut rincian dari *threat* “*Netra Sportswear*” antara lain yaitu:

a. Pencemaran lingkungan akibat limbah plastik

Penggunaan plastik pada bisnis “*Netra Sportswear*” terletak pada *packaging* yang digunakan. Maka dari itu, dengan penggunaan plastik yang memadai dapat membuat lingkungan tercemar.

b. Tren gaya hidup masyarakat yang berubah-ubah

Perubahan gaya hidup Masyarakat Indonesia yang takut akan kehilangan dengan momen tertentu atau yang biasanya disebut dengan FOMO (*Fear Of Missing Out*). Maka dari itu, setiap tren yang timbul di masyarakat akan selalu ditiru oleh semua kalangan yang ingin selalu tampil *trendy*.

c. Potensi adanya pesaing yang meniru produk dan inovasi produk

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.



Pesaing merupakan salah satu ancaman yang akan dihadapi oleh bisnis “*Netra Sportswear*”. Adanya pesaing sendiri merupakan ancaman yang berbahaya bagi bisnis ini. Apalagi ditambah dengan adanya pihak yang meniru produk dan inovasi produk yang mengikuti persis dengan produk bisnis akan menjadi potensi yang berbahaya.

d. Kurangnya Kredibilitas dari Merek Dagang

Sebagai pendatang baru di dunia *fashion sportswear*, terdapat masalah awal yaitu pembangunan nama merek dagang “*Netra Sportswear*” dan *brand image* yang belum dibentuk. Kemudian, pembuatan website dari “*Netra Sportswear*” masih tertunda dan menurunkan keyakinan konsumen terhadap brand ini.

SWOT *Matrix* merupakan sebuah alat pemaduan atau pemasangan yang penting yang dapat membantu manajer dalam membuat empat jenis strategi: strategi SO – *Strength Opportunity* (Kekuatan dan Peluang), WO – *Weakness Opportunity* (Kelemahan dan Peluang), ST – *Strength Threat* (Kekuatan dan Ancaman), WT – *Weakness Threat* (Kelemahan dan Ancaman). Ini adalah SWOT *Matrix* untuk “*Netra Sportswear*”:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Tabel 3. 3

SWOT Matrix “Netra Sportswear”

	<p>Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengutamakan produk dengan kualitas tinggi 2. Desain produk untuk memberikan varian pilihan pada konsumen 3. Harga produk masih terjangkau 4. Rutin melakukan promosi terkait <i>brand</i> dan <i>product</i> 	<p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan teknologi umum pada produk
<p>Opportunity</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya minat Masyarakat terhadap buatan produk local 2. Meningkatnya kesadaran dalam pentingnya menjaga kesehatan 3. Bantuan pembuatan legalitas merek dan izin usaha oleh pemerintah 4. Perkembangan <i>e-commerce</i> dan <i>social media</i> yang memudahkan UMKM 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan Kerjasama dengan vendor supplier. (S1,S2,O1) 2. Melakukan promosi lewat berbagai <i>platform</i> media sosial serta <i>live streaming</i> yang dilakukan secara rutin. (S4,O4) 3. Mengikuti tren dan inovasi terbaru dalam produksi tekstil dan bahan guna meningkatkan kualitas dan perfoma produk (S1,S2, O1) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Riset pasar yang mendalam untuk lebih memahami kebutuhan konsumen. (W1,O4) 2. Melakukan inovasi terkait dengan teknologi produk lokal (W1,O1,O2)
<p>Threat</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pencemaran lingkungan akibat penggunaan plastik 2. Tren gaya hidup masyarakat yang berubah-ubah 3. Kemungkinan adanya pesaing yang meniru produk dan inovasi baru 4. Kurangnya kredibilitas dari merek dagang 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat website resmi yang memuat brand “<i>Netra Sportswear</i>” (S1,S2,S3,S4,T4) 2. Desain produk yang dapat disesuaikan gaya hidup Masyarakat (S2,T2) 3. Mengontrol kualitas baik dari sisi bahan produk maupun packaging produk (S1,T1) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempatenkan inovasi teknologi yang digunakan (W1,T2,T3,T4)

Sumber: “Netra Sportswear”

© Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Berikut penjelasan mengenai analisis SWOT *Matrix “Netra Sportswear”*

pada Tabel di atas yang akan dirincikan sebagai berikut:

1. S-O Strategi

Dengan memanfaatkan kesempatan yang ada dengan dikolaborasikan dengan kekuatan internal bisnis dapat menghasilkan strategi yang dapat menguntungkan *“Netra Sportswear”* dalam meningkatkan kekuatan pemasaran.

2. W-O Strategi

Strategi yang dilakukan oleh *“Netra Sportswear”* untuk menutupi kelemahan internal bisnis dengan perpaduan peluang bisnis yaitu meningkatkan *brand awareness* dengan cara pembuatan *website* yang kredibel dan mengadakan kerja sama dengan event olahraga.

3. S-T Strategi

Strategi ini bertujuan untuk meminimalisir ancaman yang akan berdampak dengan pemanfaatan kekuatan internal bisnis. *“Netra Sportswear”* akan melakukan inovasi terhadap produk dan menyesuaikan dengan perkembangan gaya hidup Masyarakat. Selain itu, dengan melakukan *quality control* dan *packaging* dapat membuat ancaman terhadap penggunaan plastik dapat teratasi.

4. W-T Strategi

Strategi ini bertujuan untuk menutupi kelemahan yang dimiliki serta ancaman yang akan mendatang. Strategi yang akan diterapkan oleh *“Netra Sportswear”* adalah mempatenkan inovasi teknologi yang digunakan pada produk supaya mendapatkan perlindungan hukum dari negara.

© Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.