

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Industri *lingerie* di Indonesia saat ini tengah mengalami pertumbuhan pesat. Perubahan gaya hidup modern, meningkatnya *self awareness*, dan perkembangan teknologi digital telah mendorong permintaan akan *lingerie* yang tidak hanya estetik, tetapi juga nyaman dan sesuai dengan berbagai bentuk tubuh. Hal ini menciptakan peluang besar bagi bisnis seperti Lvnaria untuk berkembang. Dengan fokus pada kualitas, dan desain yang inovatif, Lvnaria dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Selain itu, pemanfaatan platform *e-commerce* dan media sosial akan membantu Lvnaria menjangkau audiens yang lebih luas serta membangun reputasi merek yang kuat. Singkatnya, industri *lingerie* Indonesia menawarkan potensi besar bagi bisnis yang mampu beradaptasi dengan tren pasar yang dinamis.

B. Analisis Pesaing

Pesaing tidak hanya perusahaan dengan produk identik, tetapi juga yang memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara serupa (Philip Kotler, 2021). Perusahaan perlu menciptakan perbedaan baik dari segi produk, strategi, dan pemasaran agar memiliki nilai tambah yang unik dan berbeda dari pesaing lain. Dengan analisis pesaing, sebuah brand dapat mengetahui kekurangan yang harus dihilangkan serta kelebihan yang harus ditonjolkan dengan melihat contoh dari brand lain. Sebuah usaha membutuhkan data dari pesaing sebagai perbandingan, agar dapat membuat strategi yang lebih efektif. Juga dapat menghindari kesalahan- kesalahan kompetitor yang membatasi kinerja dari perusahaan tersebut.





Berdasarkan pengamatan, penulis berhasil menemukan brand pesaing potensial yang menjual produk sejenis dengan Lvnaria. Berikut pesaing dari Lvnaria :

1. Profil Pesaing 1

- a) Nama Brand : Qigerie
- b) Segmentasi pasar : menengah
- c) Didirikan tahun : 2019
- d) Marketplace : Instagram, shopee, dan tiktok
- e) Pengikut Instagram : 78.400
- f) Pengikut Shopee : 110.600

2. Profil Pesaing 2

- a) Nama Brand : Wear Delia
- b) Segmentasi pasar : menengah
- c) Didirikan tahun : 2021
- d) Marketplace : Instagram, Shopee, dan Tiktok
- e) Pengikut Intagram : 82.500
- f) Pengikut Shopee : 64.300

Lvnaria memilih kedua pesaing tersebut karena pesaing juga menjual lingerie, memiliki branding serta mempromosikan produknya di media sosial serta hanya memiliki toko online. Hal-hal tersebut sama dengan bisnis yang akan dijalankan oleh Lvnaria sehingga Lvnaria memilih kedua brand tersebut sebagai pesaing. Adapun Analisis kekuatan dan kelemahan pesaing dapat dijelaskan pada tabel berikut:



Tabel 3.1
Kekuatan dan Kelemahan Pesaing

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Lingerie Shop	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki banyak pengikut di Instagram dan Shopee Memiliki banyak variasi <i>lingerie</i> Mempunyai big-size <i>lingerie</i> Harga yang ditawarkan relatif murah dan affordable Penilaian performa toko yang baik Memberikan edukasi seksual dalam kontennya 	<ol style="list-style-type: none"> Tampilan feeds di Instagram termasuk flat Beberapa review pelanggan buruk Menjual barang diluar segmennya (pemutih ketiak, gel ketiak, parfum)
Wear Delia	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki pengikut yang cukup banyak di media sosial Membuka di banyak platform marketplace Mempunyai ciri khas yaitu <i>lingerie</i> bertema princess Mengikuti perkembangan zaman dengan menjual produk secara live 	<ol style="list-style-type: none"> Harga yang cukup mahal Variasi produk tidak terlalu banyak Tampilan medsos kurang rapi

Sumber Data : Instagram,Shopee,2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL digunakan untuk memahami dan mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi suatu bisnis. Hal ini membantu bisnis mengidentifikasi peluang dan ancaman dalam lingkungan makroekonomi, dengan mempertimbangkan enam aspek: politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum. Dengan menggunakan analisis ini, suatu bisnis dapat merumuskan strategi yang lebih baik, beradaptasi dengan perubahan pasar, dan mengurangi risiko yang mungkin muncul dari faktor-faktor eksternal.

Analisis PESTEL untuk Lvnaria dapat dijelaskan pada beberapa konsep berikut:

1. Politik

Stabilitas politik dan kebijakan pemerintah memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis, termasuk Lvnaria yang bergerak di sektor *e-commerce*. Salah satu aspek politik yang berdampak langsung adalah kebijakan perpajakan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Saat ini, Lvnaria memanfaatkan kebijakan pajak yang menguntungkan, di mana bisnis dengan omzet tahunan di bawah Rp500 juta dibebaskan dari pajak penghasilan berdasarkan PP No. 23 Tahun 2018 dan PP No. 55 Tahun 2022. Dengan adanya regulasi ini, Lvnaria dapat mengalokasikan lebih banyak dana untuk pengembangan produk, strategi pemasaran, serta ekspansi bisnis tanpa beban fiskal yang berat.

Namun, perubahan kebijakan politik di masa depan, seperti revisi aturan perpajakan atau pemberlakuan regulasi baru terhadap bisnis *e-commerce*, dapat membawa tantangan tersendiri. Oleh karena itu, Lvnaria



perlu terus memantau kebijakan pemerintah dan menyiapkan strategi adaptasi agar tetap dapat berkembang dalam berbagai kondisi politik yang dinamis.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Ekonomi

Kondisi ekonomi masyarakat Indonesia menunjukkan variasi yang signifikan, terutama dalam hal pendapatan. Meskipun ada peningkatan pendapatan di kelas menengah, ketidakmerataan masih menjadi tantangan. Namun, dengan meningkatnya pendapatan, semakin banyak wanita yang mampu mengalokasikan anggaran untuk produk fashion, termasuk *lingerie* yang menciptakan peluang bagi Lvnaria. Namun tetap saja, ekonomi menjadi tantangan tersendiri bagi Lvnaria.

3. Sosial

Perubahan gaya hidup di Indonesia menunjukkan adanya peningkatan kesadaran akan fashion dan kebutuhan pribadi, termasuk pakaian dalam. Masyarakat, terutama di kalangan muda, wanita pekerja, serta pasangan yang sudah menikah, kini lebih terbuka terhadap pembelian *lingerie* sebagai bagian dari tren mode, kesehatan, dan kenyamanan. *Lingerie* tidak lagi dianggap sekadar kebutuhan fungsional, tetapi juga sebagai elemen penting dalam mendukung rasa percaya diri dan gaya hidup modern.

Wanita dewasa semakin menyadari pentingnya memilih *lingerie* yang sesuai dengan selera pribadi, baik untuk kenyamanan sehari-hari maupun sebagai bentuk ekspresi diri. Selain itu, pasangan yang sudah menikah juga semakin banyak yang tertarik pada *lingerie* sebagai produk yang dapat meningkatkan keintiman dalam hubungan mereka, menjadikan produk ini semakin diminati. Sehingga faktor sosial ini menjadi keuntungan bagi Lvnaria.

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

Kemajuan teknologi *e-commerce* telah membuka peluang besar bagi bisnis Lvnaria untuk berkembang dengan memanfaatkan platform online yang memungkinkan penjualan dengan biaya operasional yang lebih rendah serta jangkauan pasar yang jauh lebih luas. Penggunaan platform marketplace populer seperti Shopee, Tokopedia, dan Tiktok Shop tidak hanya memfasilitasi transaksi penjualan, tetapi juga menawarkan fitur-fitur pendukung seperti pembayaran yang aman, pengiriman cepat, serta sistem ulasan dari pembeli, yang semakin meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, teknologi pemasaran digital semakin mempermudah bisnis Lvnaria dalam menjangkau target konsumen secara lebih efektif. Melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, bisnis dapat menampilkan produk dengan visual yang menarik dan mengikuti tren yang sedang populer, sehingga dapat terhubung dengan audiens yang lebih relevan.

Pemasaran digital berbasis data, seperti Google Ads dan Instagram Ads, memungkinkan bisnis Lvnaria menargetkan konsumen spesifik berdasarkan demografi, minat, dan perilaku belanja, yang efektif. Strategi ini membantu meningkatkan brand awareness, memaksimalkan anggaran pemasaran, dan mendukung penjualan. Teknologi analitik data dan AI juga mempermudah bisnis memahami tren pasar dan perilaku konsumen, sehingga dapat menyesuaikan stok, promosi, dan memperkuat loyalitas pelanggan. Dengan teknologi ini, bisnis Lvnaria bisa bersaing lebih efektif dan terus berinovasi dalam pemasaran dan distribusi.

© 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.



5. Lingkungan

Dalam konteks bisnis *white label*, analisis faktor lingkungan menjadi sangat krusial bagi Lvnaria yang menjual *lingerie*. Masyarakat kini semakin peduli terhadap isu keberlanjutan dan dampak lingkungan dari produk yang mereka konsumsi. Oleh karena itu, Lvnaria perlu bekerja sama dengan produsen yang menerapkan praktik ramah lingkungan dalam produksi *lingerie*, seperti penggunaan bahan organik dan proses produksi yang minim limbah. Selain itu, dengan meningkatnya regulasi terkait keberlanjutan, Lvnaria harus memastikan bahwa produk *white label* yang ditawarkan memenuhi standar lingkungan yang berlaku untuk menghindari sanksi dan menjaga reputasi merek. Transparansi dalam rantai pasokan juga sangat penting, karena konsumen cenderung lebih memilih merek yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan. Bagi Lvnaria, hal ini masih menjadi ancaman dalam bisnisnya.

6. Legal

Pemerintah kini dengan berbagai regulasinya turut mempermudah pendirian suatu bisnis terutama UMKM. Dalam konteks hukum, kemudahan pendirian usaha bagi UMKM dapat dilihat dari peluncuran OSS RBA oleh pemerintah melalui Kementerian Investasi / Badan Koordinasi Penanaman Modal (BPKM). OSS RBA merupakan suatu sistem pelayanan daring untuk pendaftaran perizinan usaha berbasis risiko. Tingkat risiko dibagi menjadi rendah, menengah rendah, menengah tinggi, dan tinggi. Melalui sistem OSS RBA ini, proses perizinan berusaha yang diperlukan UMKM menjadi sangat sederhana dan cepat. UMKM dengan kategori risiko rendah kini hanya memerlukan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan untuk mendapatkan NIB dapat dilakukan secara daring melalui web OSS. Dengan legalitas usaha yang

© 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.

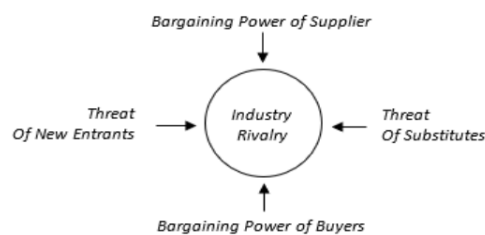
dimiliki Lvnaria maka kredibilitas usaha akan meningkat, memiliki perlindungan hukum, terhindar dari tindakan penertiban sehingga berdampak dalam memberikan rasa aman dan nyaman akan keberlangsungan usaha serta dapat mempermudah pengembangan usaha sebagai penunjang penambahan modal baik melalui bank (kredit) atau investor. Kemudahan yang disediakan pemerintah dalam aspek legalitas usaha memberikan peluang yang baik bagi bisnis Lvnaria.

D Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter's Five Forces Business Model)

Analisis lima kekuatan persaingan model Porter merupakan analisis yang dapat digunakan oleh sebuah perusahaan untuk memahami kemampuan bersaing perusahaan tersebut terutama dalam aspek peluang dan hambatan yang dimiliki. Persaingan yang dianalisis melalui model Porter adalah persaingan antara perusahaan pesaing, potensi masuknya pesaing baru, potensi produk pengganti, daya tawar pemasok, serta daya tawar konsumen (Michael E. Porter, 1980). Setiap bagian dari 5 aspek tersebut memiliki dampak sebagai faktor yang membantu atau menjadi hambatan dalam pembentukan profitabilitas usaha. Berikut merupakan analisis model Porter untuk Lvnaria:

Gambar 3.1

Porter's Five Forces Business Model



Sumber Buku Competitive Strategy



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.



C. Ancaman Pendetang Baru

Era bisnis digital terutama pada marketplace memberikan kesempatan dalam kesetaraan bisnis bagi para penjual. Selain itu kemudahan dalam melakukan pendaftaran dan pengurusan bisnis menjadi faktor nilai tambah bagi para penjual untuk menghadapi disrupsi digital. Hal ini memberikan kesempatan lebih bagi para pengusaha baru untuk memulai jenis usaha yang beragam pada marketplace.

Lvnaria dapat dengan mudah mendaftarkan produk pada beberapa marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Tiktok Shop. Hal yang sama juga berlaku terhadap penjual *lingerie* lainnya. Biaya yang diperlukan untuk memulai usaha juga cenderung rendah terutama dengan ketersediaan produk pada setiap penjual. Teknologi pemasaran digital juga semakin mudah untuk dijangkau dan diakses oleh para pendatang baru.

E. Analisis Faktor Kunci Sukses (Competitive Profile Matrix)

CPM (Competitive Profile Matrix) adalah metode analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi posisi persaingan suatu perusahaan dengan membandingkannya terhadap pesaing utamanya. Dalam analisis ini, faktor-faktor strategis yang menjadi kunci kesuksesan perusahaan diberikan bobot dan rating untuk mengukur seberapa baik perusahaan berperforma di setiap faktor tersebut. Bobot diberikan berdasarkan tingkat kepentingan masing-masing faktor, sedangkan rating mencerminkan kinerja perusahaan pada faktor tersebut dibandingkan dengan pesaingnya. Hasil akhir dari analisis ini adalah skor total yang menunjukkan kekuatan relatif perusahaan di pasar, yang kemudian bisa digunakan untuk menyusun strategi kompetitif.

Faktor strategis merupakan elemen-elemen penting yang menjadi tolok ukur

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.



dalam meningkatkan daya saing perusahaan dan mencapai tujuannya. Faktor-faktor ini bervariasi tergantung pada jenis usaha yang dijalankan. Dari jurnal penelitian terdahulu ada beberapa faktor kesuksesan yang mempengaruhi keputusan online melalui *e-commerce*, yaitu harga, desain produk, promosi, kemudahan dan informasi, kecepatan dan kepraktisan, keamanan dan kepercayaan.

Harga merupakan faktor yang memberikan pengaruh tinggi dalam pengambilan keputusan pembelian secara online melalui *e-commerce*. Kemampuan *e-commerce* dalam menyajikan preferensi harga yang kompetitif terhadap suatu produk fashion, mendorong konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian produk secara online daripada secara offline.

Desain produk merupakan faktor kedua yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk secara online. Variasi desain produk yang ditawarkan secara online sangat beragam dan seringkali tidak tersedia di retail offline di wilayah tinggal konsumen, sehingga konsumen lebih memilih melakukan pembelian secara online, meskipun dengan kompensasi ada penambahan biaya pengiriman.

Faktor selanjutnya yaitu promosi. Promosi menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen yang ingin berbelanja secara online di *e-commerce*. Promosi dapat berupa diskon produk, voucher belanja, dan subsidi ongkos kirim. Fasilitas ini dapat menurunkan harga produk secara signifikan dibandingkan harga di retail offline, sehingga semakin mendorong keputusan pembelian secara online tersebut.

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 3.2
CPM Lvnaria

Critical Succes Factor	Point	Weight	Lvnaria		Qigerie		Wear Delia	
			Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga Produk	180	0,16	4	0,66	4	0,66	3	0,49
Variasi & Design Produk	181	0,17	2	0,33	3	0,50	4	0,66
Promosi	181	0,17	2	0,33	3	0,50	3	0,50
Kecepatan Respon	169	0,15	3	0,46	4	0,62	3	0,46
Pelayanan	182	0,17	3	0,50	3	0,50	3	0,50
Keamanan Transaksi	198	0,18	4	0,73	4	0,73	4	0,73
Total	1091	1	3,01		3,50		3,35	

Sumber diolah Lvnaria, 2024

1. Harga Produk

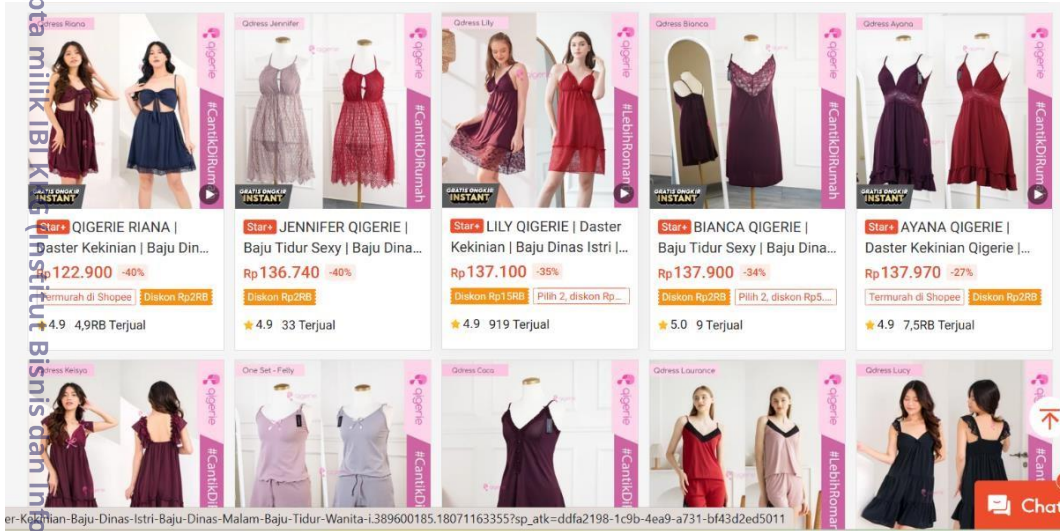
Lvnaria memiliki rating yang sama dengan Qigerie dikarenakan harga yang ditawarkan hampir sama. Qingerie menawarkan produk dengan kisaran harga Rp 122.900 – 219.900 dan Lvnaria menawarkan harga Rp 145.000 – Rp 190.000 sedangkan untuk Wear Delia menawarkan harga mulai dari Rp 160.550 – Rp 322.900.

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 3.2

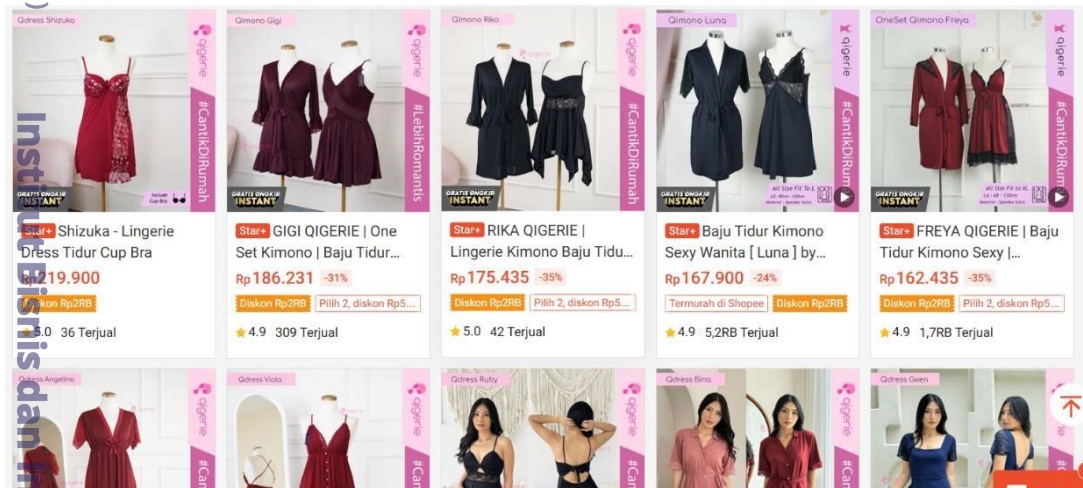
Harga Produk Terendahh Qingerie



Sumber Shopee Qingerie

Gambar 33

Harga Tertinggi Produk Qigerie



Sumber Shopee Qingerie

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



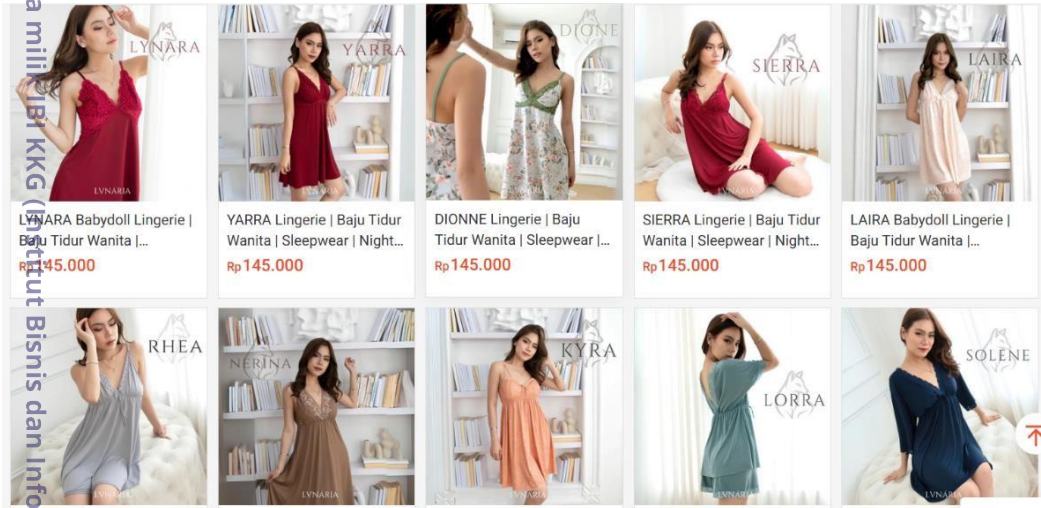
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.

Gambar 3.4

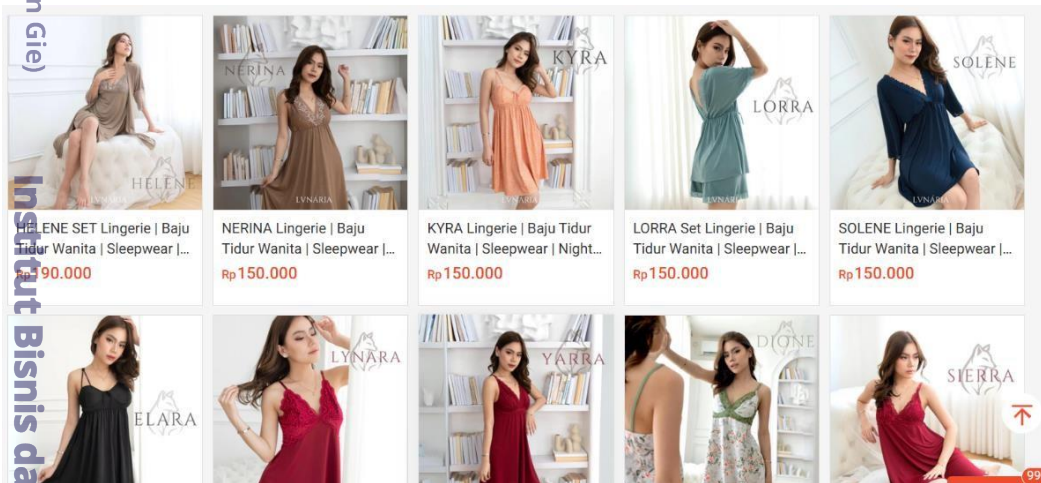
Harga Terendah Produk Lvnaria



Sumber Shopee Lvnaria

Gambar 3.5

Harga Tertinggi Produk Lvnaria



Sumber Shopee Lvnaria

2. Variasi & Design Produk

Untuk variasi dan design produk, Wear Delia mendapatkan rating tertinggi yaitu 4 dikarenakan wear delia memiliki produk dengan variasi produk terbanyak

yaitu 172 produk. Diikuti oleh Qigerie dengan rating 3 yang memiliki 130 produk.

Lvnaria memperoleh rating 2 dikarenakan Lvnaria merupakan toko yang masih baru dan hanya memiliki 12 variasi produk.

Gambar 3.6

Profil Toko Wear Delia



Sumber Shopee Wear Delia

Gambar 3.7

Profil Toko Qigerie



Sumber Shopee Qigerie

3. Promosi

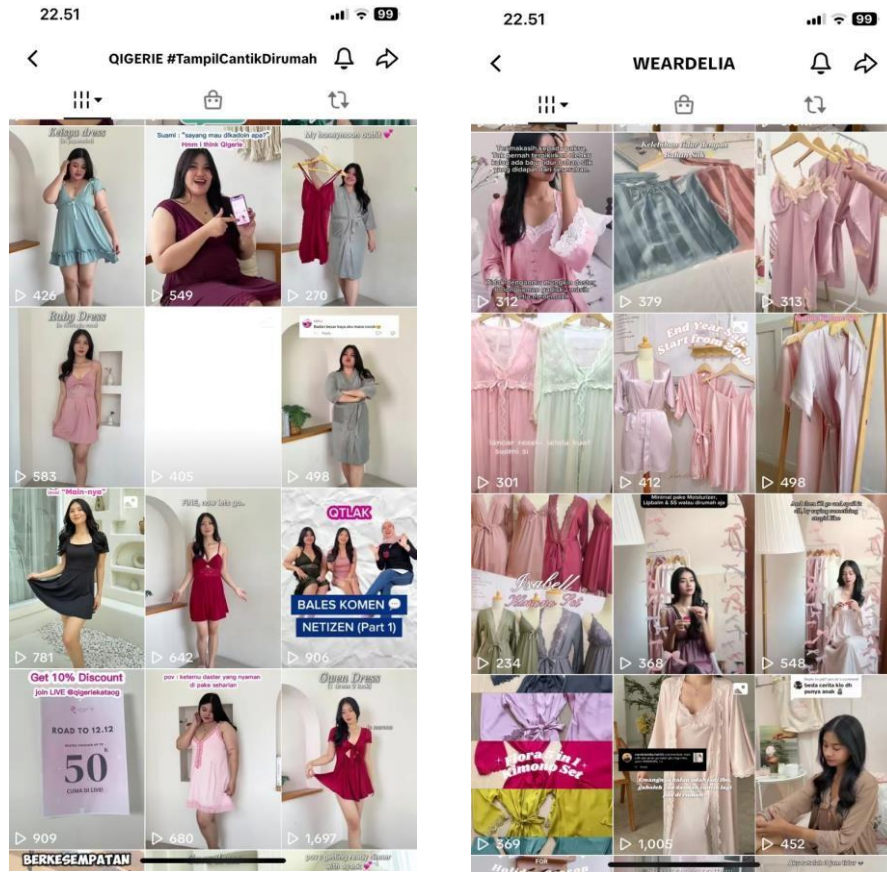
Promosi merupakan faktor ketiga yang memegang peranan dalam keputusan pembelian. Ada berbagai cara untuk melakukan promosi, bisa menggunakan media sosial (ads, *endorse*, konten, dll) ataupun memberikan promo-promo yang menarik. Sebagai toko baru, Lvnaria berencana akan melakukan opening promo yaitu disc 10% all item, selain itu Lvnaria akan rutin memposting konten di media sosial, juga akan melakukan endorse ke influencer. Jika dilihat dari Instagram Qigerie dan Wear Delia, toko-toko tersebut jarang



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.

menggunakan influencer dan ads, Qiqerie dan Wear Delia lebih suka menerapkan promosi melalui konten mereka di Tiktok.

Gambar 3.8
Konten-konten Qiqerie dan Wear Delia di Tiktok



Sumber Tiktok Qiqerie dan Wear Delia

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

4. Kecepatan Respon

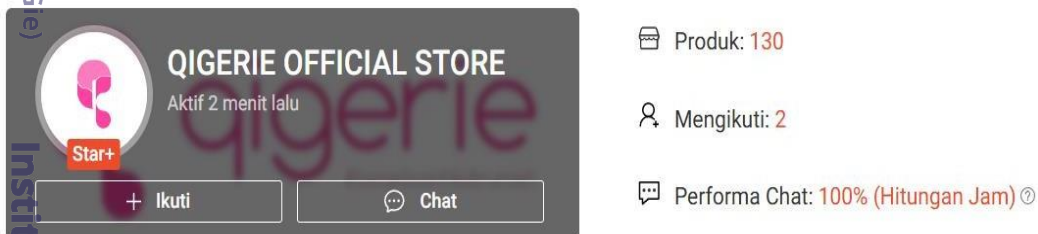
Keputusan pembelian pelanggan sangat dipengaruhi oleh kecepatan layanan toko online. Respon yang cepat menunjukkan profesionalisme dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap toko. Jika pertanyaan atau keluhan pelanggan dijawab dengan cepat, mereka merasa lebih dihargai dan cenderung menyelesaikan

transaksi. Sebaliknya, menjawab pertanyaan atau keluhan pelanggan dengan lambat dapat menimbulkan keraguan dan bahkan membuat pelanggan beralih ke pesaing.

Dalam hal kecepatan respon Qingerie memperoleh rating 4, sementara Wear Delia dan Lvnaria memperoleh rating 3. Dalam data pada shopee, Qingerie memiliki nilai 100% pada performa chat sedangkan Wear Delia memiliki nilai 94%. Performa chat di Shopee mencakup beberapa aspek penting, seperti jumlah chat (total pesan yang diterima dari pembeli), persentase chat yang dibalas (Persentase pesan yang berhasil seller balas dalam kurun waktu tertentu) dan kecepatan balas chat (Seberapa cepat seller dalam merespons pesan pembeli). Lvnaria memperoleh rating 3 dikarenakan Lvnaria merupakan toko baru yang belum mempunyai nilai di shopee, namun Lvnaria mengoptimalkan kecepatan respon pelanggan karena merupakan hal yang penting dalam membangun hubungan dengan pelanggan.

Gambar 3.9

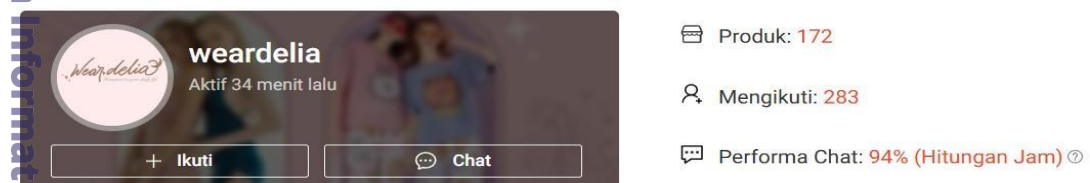
Data Performa Chat Qigerie



Sumber Shopee Qingerie

Gambar 3.10

Data Performa Chat Wear Delia



Sumber Shopee WearDelia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



5. Pelayanan

Pelayanan adalah kunci untuk menciptakan pengalaman belanja yang nyaman dan memuaskan bagi pelanggan. Pelayanan yang baik mencerminkan profesionalisme dan kepedulian toko terhadap kebutuhan konsumennya, sehingga bisa meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Lvnaria meraih rating 3 karena sejak awal berkomitmen untuk fokus pada pelayanan. Setiap barang yang akan dikirimkan selalu melalui proses pengecekan terlebih dahulu. Sebagai *white label*, saat produk tiba dari pabrik, tim Lvnaria langsung memeriksa kualitasnya, dan barang yang tidak lolos qc akan segera dipisahkan. Hal ini menunjukkan betapa Lvnaria sangat memperhatikan kualitas dan pelayanan dalam bisnisnya. Sementara itu, brand Qingerie dan Wear Delia juga mendapatkan rating 3 karena rata-rata penilaian toko mendapat angka yang cukup bagus yaitu 4,9/5 dari Qingerie dan 4,8/5 dari Wear Delia.

Gambar 3.11

Penilaian Toko



Sumber Shopee Qingerie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



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 3.12

Penilaian Toko Wear Delia



Sumber Shopee Wear Delia

6 Keamanan Transaksi

Keamanan dalam hal ini meliputi keamanan pembayaran dan keamanan privasi. Keamanan pembayaran di marketplace seperti Lvnaria, Qingerie, dan Wear Delia terjamin karena mereka mengandalkan platform online shop yang memiliki sistem keamanan yang canggih. Adanya sistem enkripsi data melindungi informasi pembayaran, sementara metode pembayaran yang aman, seperti transfer bank, dompet digital, dan OTP, menambah lapisan perlindungan. Marketplace juga menggunakan sistem escrow yang menahan dana hingga barang diterima pembeli, serta melakukan verifikasi identitas untuk mencegah penipuan. Dengan adanya fitur-fitur ini memberikan rasa aman dan kepercayaan dalam bertransaksi.

Keamanan privasi menjadi prioritas utama bagi Lvnaria, Qingerie, dan Wear Delia, mengingat produk yang dijual adalah *lingerie*. Untuk menjaga privasi pelanggan, seller memastikan nama barang tidak dicantumkan pada kemasan paket, sehingga kurir maupun penerima tidak mengetahui isi paket. Dalam hal keamanan transaksi dan privasi pelanggan, Lvnria, Qingerie, dan Wear Delia mendapatkan rating 4.



F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analisis)

Analisis SWOT merupakan metode analisis yang digunakan untuk menyusun berbagai faktor strategis perusahaan dan juga metode analisis yang mampu mengidentifikasi berbagai faktor strategis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT merupakan analisis yang melihat kekuatan dan peluang yang ada untuk menghadapi kelemahan dan ancaman dari lingkungan bisnis.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dari aspek pesaing, PESTEL, kekuatan persaingan dan faktor kunci sukses, Lvnaria memiliki beberapa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Berikut merupakan tabel analisis SWOT dari Lvnaria:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Himpunan IBI KGG (Institusi 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 IBIKGG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



Tabel 3.3

SWOT Bisnis Lvnaria

	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weakness)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga produk yang terjangkau 2. Keamanan transaksi terjamin (privasi dan pembayaran) 3. Mengutamakan pelayanan dalam penjualannya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Toko yang masih baru sehingga kurang dikenal masyarakat dan membutuhkan promosi 2. Kurangnya variasi produk
	S-O Strategies	W-O Strategies
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan kebijakan pajak UMKM untuk meningkatkan anggaran pemasaran dan ekspansi produk sambil tetap mempertahankan pelayanan yang baik. (O1,O2,S3) 2. Meningkatkan pertumbuhan <i>e-commerce</i> dengan memperluas promosi di platform digital menggunakan keunggulan harga yang terjangkau dan keamanan transaksi. (O2,O3,S1,S2) 3. Meningkatkan kredibilitas bisnis untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dan tetap mengutamakan pelayanan dalam penjualan. (O4,S3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kolaborasi dengan influencer di media sosial untuk meningkatkan brand awareness Lvnaria. (O2,W1) 2. Memperbanyak variasi produk sesuai dengan trend pasar dan mempromosikannya di platform digital.(O2,O3,S2)
Peluang (Opportunities)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebijakan pajak memungkinkan Lvnaria membayar beban penghasilan pajak 2. Pertumbuhan <i>e-commerce</i> membuka peluang besar untuk memperluas pasar 3. Meningkatnya kesadaran masyarakat membuka peluang pasar bagi Lvnaria 4. Kemudahan perizinan yang dapat meningkatkan kredibilitas bisnis Lvnaria 		
Ancaman(Threats)	S-T Strategies	W-T Strategies
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketimpangan pendapatan masyarakat masih menjadi tantangan, karena tidak semua konsumen mampu mengalokasikan dana untuk produk lingerie 2. Tren keberlanjutan dan regulasi terkait produk ramah lingkungan dapat menjadi ancaman bagi Lvnaria 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan harga dan juga menawarkan promo/ paket bundling untuk mengatasi ketimpangan pendapatan konsumen. (T1,S1) 2. Mengutamakan kualitas bahan dan keberlanjutan untuk membangun citra merek yang peduli terhadap lingkungan sambil tetap mempertahankan harga dan pelayanan. (T2,S1,S3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat giveaway di platform digital sehingga meningkatkan brand awareness.(T1,W1) 2. Membuat produk baru / produk custom dan bekerjasama dengan produsen ramah lingkungan yang mendorong keberlanjutan.(T2,S2)

Hak cipta milik IBI Kwik Kian Gie. Seluruh isi ini adalah hak cipta Kwik Kian Gie. Tidak diperbolehkan untuk menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan tanpa izin IBI Kwik Kian Gie.

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