



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Analisis Pengembangan Pasar DK Outdoor & Sports dengan Strategi Ekspansi
di Kota Jakarta**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Putri Karin Hirokazu Kanagawa

2016320207

Bandung

2021



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Analisis Pengembangan Pasar DK Outdoor & Sports dengan Strategi Ekspansi
di Kota Jakarta**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Putri Karin Hirokazu Kanagawa

2016320207

Pembimbing

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Bandung

2021

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis**



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Putri Karin Hirokazu Kanagawa
Nomor Pokok : 2016320207
Judul : Analisis Pengembangan Pasar DK Outdoor & Sports
dengan Strategi Ekspansi di Kota

Menyetujui untuk diajukan
pada Ujian Sidang jenjang
Sarjana Bandung,

Pembimbing,

14 Januari 2021

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Mengetahui,
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

14 Januari 2021

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Putri Karin Hirokazu Kanagawa
Nomor Pokok : 2016320207
Judul : Analisis Pengembangan Pasar DK Outdoor & Sports dengan Strategi Ekspansi di Kota Jakarta

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 22 Januari 2021
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Gandhi Pawitan, Ph.D

: 

Sekretaris

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si..

: 
27 Januari 2021

Anggota

Marihot T. Effendi, Drs., M.Si

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Putri Karin Hirokazu Kanagawa

NPM : 2016320207

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Pengembangan Pasar DK Outdoor & Sports dengan Strategi Ekspansi di Kota Jakarta

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai aturan yang berlaku.

Pernyataan ini Saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung. 14 Januari 2021



Penulis

Putri Karin Hirokazu Kanagawa

ABSTRAK

Nama : Putri Karin Hirokazu Kanagawa
NPM : 2016320207
Judul : Analisis Pengembangan Pasar DK Outdoor & Sports dengan Strategi Ekspansi di Kota Jakarta

Pada masa pandemi covid-19, seluruh masyarakat dunia di haruskan menerapkan pola hidup sehat. Berbagai macam cara dilakukan masyarakat untuk menjaga kesehatannya di masa pandemi, seperti dengan menjaga pola makan, menjaga jarak, memakai masker jika keluar rumah, dan juga berolahraga. Akibat penerapan pola hidup sehat, terjadi peningkatan persaingan pada pelaku bisnis pakaian olahraga di Indonesia. Salah satu pelaku bisnis tersebut adalah DK Outdoor & Sports yang merupakan merek pakaian olahraga yang berbasis di Bandung.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pendekatan yang cocok digunakan pada calon konsumen perusahaan saat melakukan ekspansi. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian studi kasus dengan mencari faktor pendorong pengembangan bisnis menggunakan teknis analisa data *Cross Tabulatin* dan *Analisis Porter 5 Forces*. Lalu penentuan pendorong faktor internal dan eksternal menggunakan analisis SWOT, matriks SWOT dan penentuan strategi sesuai dengan hasil yang sudah didapatkan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kota Bandung dimana DK Outdoor & Sports berasal, memiliki karakteristik yang berbeda dengan kota tujuannya yaitu kota Jakarta. Strategi yang harus digunakan untuk melakukan pendekatan pasar pun berbeda. Pada penelitian ini strategi yang didapat untuk melakukan pendekatan pada calon konsumen di Kota Jakarta adalah dengan mengoptimalkan media sosial yang dimiliki DK Outdoor & Sports. Dengan cara mengembangkan digital marketingnya dan meng-update konten pada media sosialnya.

Kata Kunci: pengembangan bisnis, lima kekuatan Porter, SWOT, SWOT matriks.

ABSTRACT

Name : Putri Karin Hirokazu Kanagawa
NPM : 2016320207
Title : DK Outdoor & Sports Market Development Analysis using Strategic Expansion in Jakarta

During the Covid-19 pandemic, the entire world community is required to implement a healthy lifestyle. Various kinds of ways has been done by the community to maintain their health during this pandemic, such as maintaining their diet, do social distancing, using mask when leaving the house and also exercising. As a result of this action, the number of sportswear business competition in Indonesia increased. One of the busniness actor DK Outdoor & Sports is a sports clothing brand based in Bandung.

This research is a descriptive study with the case study research. The purpose of this research was to determine the appropriate approach strategy used for the new market segment when the company decided to expand their busniess. This research was conducted using a case study research method by looking for the support factor of business development using data analysis Cross Tabulation techniques and Porter 5 Forces Analysis then the SWOT analysis was used to determine the determinants of internal and external factors then re-analyzed using SWOT Matrix before choosing which strategy to use according to the results that had been obtained.

The result of this study indicate that the two cities, Bandung and Jakarta has different characteristics. The strategy that must be used to approach the market is also different. In this study, the strategy obtained for approaching potential consumers in Jakarta city is to optimize the usage of social media owned by DK Outdoor & Sports. Optimizing their social media by developing the company's digital marketing and updating their content.

Keywords: market development, Porter 5 Forces, SWOT, SWOT matrix.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengembangan Pasar DK Outdoor & Sports Dengan Strategi Ekspansi di Kota Jakarta”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan. Penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik jika tidak ada bimbingan, bantuan, restu, doa serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku dosen pembimbing dan Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan yang senantiasa meluangkan waktu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Kedua orang tua, Mami Ikeu dan Ayah Hirokazu dan juga adik-adik, Haruka, Takashi dan Yuichi yang terkasih yang memberikan bimbingan, semangat, restu, dan doa dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama perkuliahan kepada penulis, khususnya Bapak Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA. selaku dosen wali penulis, Ibu Dr. Fransisca

Mulyono, Dra., M.Si., Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB., dan Ibu Dian Sadeli, S.E., M.Ak.

5. Kepada Bapak Billy Linjaya Lesmana selaku *CEO* DK Outdoor & Sports yang telah mengizinkan dan membantu penulis untuk melakukan penelitian di perusahaannya.
6. Ferdinand Oscar Kurniawan selaku kakak, teman, sahabat, pendukung nomer 1 yang sangat luar biasa, pacar yang selalu menemani saya dari masa fase perkuliahan sampai dengan terselesaikannya fase ini.
7. Sahabat terkasih, Pasukan Bahagia yang berisikan Hanna Kirana, Lea Tiara, Aryo Kristanto, Herbet Sutanta, Edbert William. Yang sudah menemani saya dari awal masa perkuliahan hingga sampai titik ini.
8. Terimakasih kepada orang-orang berikut ini yang pernah hadir dan berkontribusi di fase perkuliahan saya, Gianni Adela, Marfin Emanuel, Calvin Wangsa, Valeri Puji, Rafael Yovanka, Alexander Alerick, Lodywk, Shidqi, Leonard Sutanto, Edward, Christine, Helsa.
9. Tante Tina selaku mama, yang selalu mendukung, mendengarkan cerita dan menerima saya, terimakasih.
10. Terimakasih kepada sahabat-sahabat yang lainnya, Teh Gin, Fadel, Alvin, Albert, Josua, Nathan, Alvin Alfonsus,
11. Teman-teman seperjuangan bimbingan, terimakasih atas support dan bantuan dari skripsi ini dirancang sampai terbentuknya skripsi ini.

12. Seluruh teman-teman Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2016 yang telah bersama-sama berjuang dan belajar dari awal perkuliahan dimulai, terimakasih buku, pesta, cinta dan gedung tiga. Sampai bertemu dilain waktu.
13. Kepada seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam membantu penyelesaian penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini karena keterbatasan dalam pengalaman dan kemampuan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Akhir kata penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak.

Bandung, 14 Januari 2021

Penulis

Putri Karin Hirokazu Kanagawa

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	
1.4. Kegunaan Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Definisi Strategi	
2.2 Manajemen Strategi	8
2.3 Strategi Ekspansi	
2.4 Strategi Pertumbuhan	9
2.5 Segmentasi Pasar	10
2.5.1 Segmentasi Geografis (Geographic Segmentation)	11
2.5.2 Segmentasi Demografis (Behavioural Segmentation)	
2.5.3 Segmentasi Perilaku (Behavioural Segmentation)	
2.5.4 Segmentasi Psikologis (Psychographic Segmentation)	
2.6 Model Lima Kekuatan Porter	13
2.7 Analisis SWOT	15
2.7.1 Analisis Lingkungan Eksternal	
2.7.2 Analisis Lingkungan Internal	
2.8 Matriks SWOT	

BAB III METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Jenis Penelitian.....	
3.2 Metode Penelitian.....	
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	
3.4 Sumber Data.....	18
3.5 Teknik Analisis Data.....	19
3.6 Operasionalisasi Variabel.....	
3.7 Populasi dan Sampel.....	20
BAB IV OBJEK PENELITIAN.....	21
4.1 Profil Perusahaan.....	
4.2 Sejarah Perusahaan.....	
4.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	22
4.3.1 Visi Perusahaan.....	
4.3.2 Misi Perusahaan.....	23
4.4 Produk Perusahaan.....	
4.4.1 Produk Olahraga Lari.....	
4.4.2 Produk Masker.....	24
4.4.3 Produk Olahraga Sepeda.....	25
4.4.4 Buff/Face Mask.....	26
4.4.5 Hand Sleeve.....	27
4.4.6 Jaket.....	28
4.4.7 Topi.....	29
BAB V PEMBAHASAN.....	30
5.1 Perbandingan Karakteristik Kota.....	
5.1.1 Perbandingan Olahraga yang di sukai.....	
5.1.2 Perbandingan Faktor pertimbangan untuk beli pakaian olahraga..	31
5.1.3 Perbandingan Sumber Informasi yang dipercaya untuk pertimbangan membeli.....	32
5.1.4 Hasil yang di Dapatkan.....	33

5.2	Faktor Eksternal dan Internal	34
5.2.1	Analisis Lima Kekuatan Porter (Porter 5 Forces).....	35
5.2.2	Analisis SWOT	41
5.2.3	Matriks SWOT	48
5.3	Strategi yang dipilih	53
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		55
6.1	Kesimpulan	
6.2	Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN		60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Olahraga yang disukai.....	3
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	19
Tabel 5.1 Olahraga yang disukai responden Bandung.....	30
Tabel 5.2 Olahraga yang disukai responden Jakarta.....	31
Tabel 5.3 Faktor pertimbangan untuk beli pakaian olahraga responden Bandung....	
Tabel 5.4 Faktor pertimbangan untuk beli pakaian olahraga responden Jakarta ...	32
Tabel 5.5 Sumber informasi yang dipercaya untuk pertimbangan membeli responden Bandung.....	33
Tabel 5.6 Sumber informasi yang dipercaya untuk pertimbangan membeli responden Jakarta.....	
Tabel 5.7 Daftar Merk Produk Pengganti DK Outdoor & Sports.....	35
Tabel 5.8 Sumber Informasi yang dipercaya untuk pertimbangan membeli	36
Tabel 5.9 Faktor utama untuk beli pakaian olahraga	37
Tabel 5.10 Preferensi media untuk beli pakaian olahraga	39
Tabel 5.11 Melihat iklan atau promosi produk DK Outdoor & Sports.....	40
Tabel 5.12 Olahraga yang disukai.....	43
Tabel 5.13 Produk DK Outdoor dan Sports untuk Pakaian Olahraga.....	44
Tabel 5.14 Preferensi brand pertama untuk pakaian olahraga	47
Tabel 5.15 Matriks SWOT	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Market Segmentation</i>	10
Gambar 2.2 Porter 5 <i>Forces</i>	13
Gambar 2.3 Contoh Matriks SWOT	16
Gambar 4.1 Logo DK Outdoor & Sports	21
Gambar 4.2 <i>Running Jersey DK Outdoor & Sports</i>	24
Gambar 4.3 <i>Masker Antivirus DK Outdoor & Sports</i>	25
Gambar 4.4 <i>Cycling Jersey</i>	26
Gambar 4.5 <i>Buff/Face Mask</i>	27
Gambar 4.6 <i>Hand Sleeve</i>	28
Gambar 4.7 <i>Jacket</i>	
Gambar 4.8 <i>Topi</i>	29
Gambar 5.1 Merek lain yang memiliki teknologi seperti DK Outdoor & Sports	38
Gambar 5.2 Produk DK Outdoor & Sports.....	43
Gambar 5.3 Teknologi pada pakaian olahraga.....	46
Gambar 5.4 Halaman Instagram DK Outdoor & Sports.....	50
Gambar 5.5 Halaman Instagram Pocari dan Mizone	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan	60
Lampiran 2 Tabel Induk	63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada awal tahun 2020, dunia dilanda pandemi yang kita kenal dengan nama Coronavirus Disease Covid-19 (Ren, et al., 2020). Penyakit ini pertama kali dilaporkan di Wuhan China, tidak diketahui pasti dari mana asal kasus pertama, tetapi kasus pertama yang terjadi dikaitkan dengan pasar ikan di Wuhan, kemudian menyebar dengan cepat lebih dari seratus sembilan puluh negara. Penyebaran penyakit ini telah memberikan dampak yang luas secara sosial dan ekonomi. Dampak secara sosial diantaranya semua orang diminta untuk tidak keluar rumah untuk beberapa saat, lalu saat sudah mereda semua orang diminta untuk selalu menggunakan masker dan menjaga jarak dengan orang lain minimal 1 meter, masyarakat juga diminta untuk menerapkan pola hidup sehat. Berbagai macam cara dilakukan masyarakat untuk menjaga kesehatan di masa pandemi, dengan menjaga pola makan, menjaga jarak, memakai masker jika keluar rumah dan juga berolahraga.

Selama pandemi banyak tren-tren olahraga yang bermunculan seperti olahraga lari, senam dan yang sedang diminati saat ini adalah bersepeda. Pada saat ini lah persaingan antar bisnis pakaian olahraga meningkat. Pesaing terus berinovasi untuk mengeluarkan pakaian olahraga yang memiliki teknologi yang dibutuhkan oleh masyarakat pada masa kini. Hal itu dilakukan untuk memunculkan daya tarik konsumen terhadap produk yang dikeluarkan. Persaingan yang terjadi dalam seluruh jenis bisnis, baik barang atau jasa (Gerard, 2018) dipengaruhi oleh lima faktor yaitu: Daya Tawar Konsumen, Daya Tawar Pemasok, Persaingan Antar Perusahaan Pesaing, Produk Pengganti dan Potensi Masuknya Pesaing Baru.

Kelima faktor ini perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk dapat menyusun suatu strategi bersaing. Strategi ini digunakan sebagai upaya untuk dijadikan indikator keunggulan pada suatu perusahaan yang bertujuan untuk menunjukkan posisi

perusahaan dalam persaingan dan membantu perusahaan agar dapat lebih unggul dengan memperhatikan ancaman-ancaman yang ada.

Semakin maraknya masyarakat yang menerapkan pola hidup sehat memberikan peluang bisnis yang bagus untuk perusahaan DK Outdoor & Sports. DK Outdoor & Sports merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pakaian olahraga dan ingin melebarkan sayapnya dengan melakukan ekspansi ke luar kota Bandung dengan tujuan kota Jakarta untuk memperluas jangkauan pelanggan guna merealisasikan visi perusahaan dengan memberikan produk berkualitas yang dapat menjadi solusi untuk segala kebutuhan olahraga dan aktivitas luar ruangan bagi para pelakunya di seluruh dunia. DK Outdoor & Sports sudah mengeksport produk mereka ke Thailand, Jepang dan Amerika Serikat. Namun DK Outdoor & Sports ingin mengoptimalkan penjualan mereka di Indonesia sebelum menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi yang cocok untuk melakukan ekspansi ke kota Jakarta.

DK Outdoor & Sports memiliki beberapa produk unggulan seperti Running Jersey yang menggunakan teknologi dari HEIQ Technologies Swiss dengan Protection yang melindungi kulit dari sinar matahari dengan UPF 50+, anti bau dan Smart Temp yang dapat menyesuaikan suhu tubuh (DK Outdoor & Sports Story). Maka dari itu setelah melihat terdapat peluang bisnis di Indonesia, DK Outdoor & Sports ingin melakukan market ekspansi ke luar Kota Bandung dengan tujuan Kota Jakarta. Dengan kualitas dan teknologi yang dimiliki membuat DK Outdoor & Sports dapat bersaing dengan brand-brand ternama lainnya namun masih sedikit masyarakat yang mengetahui tentang brand DK Outdoor & Sports ini yang membuat brand tersebut kalah bersaing dengan brand-brand ternama lainnya seperti Nike, Adidas, Reebok dan lain-lain.

Penulis memilih kota Jakarta sebagai tujuan market ekspansi karena Jakarta sebagai pusat perekonomian terbesar di Indonesia. Sektor industri perdagangan dan jasa yang menyumbang tertinggi perekonomian berada di kota Jakarta. Kota Jakarta sebagai pusat bisnis, pusat keuangan, pusat perdagangan dan pusat jasa akan menjadi

awalan yang bagus untuk DK Outdoor & Sports dalam melakukan market ekspansi (Setiawan, 2019). Meskipun Jakarta tidak lagi menjadi ibu kota, namun kota Jakarta tetap akan menjadi pusat ekonomi nusantara. Maka bagus untuk DK Outdoor & Sports jika memulai pengembangan pasarnya pada kota yang menjadi pusat perekonomian negara. Alasan kedua penulis memilih kota Jakarta adalah karena masih sedikit pasar Jakarta yang sudah terjamah oleh DK Outdoor & Sports, data tersebut didapatkan dari hasil survey yang sudah dilakukan oleh penulis, hanya 8% masyarakat Jakarta menjawab pernah membeli produk DK Outdoor & Sports dan 79% masyarakat Jakarta menjawab tidak mengetahui produk DK Outdoor & Sports.

Selain karena Jakarta sebagai pusat perbelanjaan, perdagangan ekspor dan impor dilakukan oleh para pembisnis dalam negeri umumnya dikirim melalui kota Jakarta (2018). Akan mudah untuk masyarakat mendapatkan barang dalam negeri maupun luar negeri di kota ini. Alasan lain penulis memilih kota Jakarta sebagai kota ekspansi DK Outdoor & Sports adalah karena menurut data yang dimiliki oleh penulis *tabel 1.1*, 55% masyarakat Jakarta menyukai olahraga lari. Hal tersebut dilihat sebagai peluang karena DK Outdoor & Sports banyak memiliki varian pakaian olahraga lari atau *running jersey*.

Tabel 1.1 Olahraga yang disukai

Olahraga yang disukai				
	Design	Harga	Technology	
Tidak Suka Olahraga		3%		3%
Bersepeda	7%		3%	10%
Lari	52%		3%	55%
Memancing	3%			3%
Olahraga lainnya	26%	3%		29%
Grand Total	88%	6%	6%	100%

DK Outdoor & Sports yang berbasis di Bandung, Indonesia tidak memiliki toko fisik, mereka berjualan dengan menggunakan e-commerce atau media social seperti Tokopedia, Shopee, Instagram, Website resmi dan juga Whatsapp. Dari data yang sudah didapatkan oleh penulis, akhirnya penulis memutuskan untuk memfokuskan strategi pengembangan bisnis DK Outdoor & Sports ke kota Jakarta. Namun kota Jakarta memiliki karakteristik yang berbeda dengan karakteristik kota Bandung maka DK Outdoor & Sports perlu mengetahui pendekatan apa yang harus digunakan oleh perusahaan, untuk menjual produk yang sudah dimiliki oleh DK Outdoor & Sports kepada target pasar barunya.

Strategi yang akan digunakan untuk menganalisis strategi ekspansi DK Outdoor & Sports adalah dengan menggunakan strategi model Lima Kekuatan Porter untuk mengetahui ancaman eksternal yang ada dan melalui analisa SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat pada DK Outdoor & Sports lalu setelah itu membuat strategi yang dapat digunakan untuk mempertahankan, mengantisipasi dan membenahi masalah yang ada agar dapat melakukan market ekspansi.

Beberapa faktor yang menjadi pertimbangan DK Outdoor & Sports dalam melakukan ekspansi adalah teknologi yang dimiliki DK Outdoor & Sports sudah setara dengan produk internasional dan juga produk yang ditawarkan memiliki harga yang relatif murah untuk pakaian olahraga yang memiliki teknologi selengkap DK Outdoor & Sports jika dibandingkan dengan merk pakaian olahraga lain yang sudah memasuki pasar internasional. Faktor lain adalah banyaknya masyarakat yang menerapkan pola hidup sehat pada masa kini dengan melakukan olahraga di dalam ruangan maupun diluar ruangan. Seperti Kota Jakarta yang mayoritas masyarakatnya menyukai olahraga lari menurut data yang sudah dikumpulkan oleh penulis, hal ini mendukung DK Outdoor & Sports untuk melakukan ekspansi karena varian pakaian olahraga yang dikeluarkan DK Outdoor & Sports kebanyakan pakaian olahraga lari. Faktor-faktor tersebut dikelompokkan menjadi dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Oleh karena itu DK Outdoor & Sports memerlukan analisis pertumbuhan bisnis dengan

tujuan untuk mengetahui dan menyatukan faktor-faktor pendukung pengembangan pasar DK Outdoor & Sports dengan tujuan akhir agar dapat mengembangkan pasar mereka ke kota Jakarta dengan meningkatkan kemampuan DK Outdoor & Sports dalam bersaing dengan merk-merk ternama lainnya berdasarkan potensi-potensi pertumbuhan bisnis yang dimiliki oleh DK Outdoor & Sports sendiri.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul:

Analisis Pengembangan Pasar DK Outdoor & Sports Dengan Strategi Ekspansi di Kota Jakarta

1.2 Identifikasi Masalah

Pada kasus ini, DK Outdoor & Sports ingin menjual produk yang sudah mereka miliki kepada target pasar barunya. Untuk memasuki target pasar baru, banyak hal yang harus di persiapkan oleh DK Outdoor & Sports seperti mencari tahu karakteristik kota tujuan, lalu membandingkan karakteristik kota tujuan dengan kota asal. Perbandingan tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah karakteristik kedua kota tersebut sama atau berbeda, jika berbeda maka DK Outdoor & Sports harus mengubah cara pemasarannya agar tepat sasaran. Maka untuk dapat mengubah cara pemasaran DK Outdoor & Sports, yang harus diketahui:

1. Bagaimana karakteristik calon konsumen DK Outdoor & Sports di kota Jakarta?
2. Kekuatan dan kelemahan perusahaan, peluang maupun ancaman yang ada diluar sana untuk DK Outdoor & Sports kelola.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

- Mengetahui karakteristik calon konsumen DK Outdoor & Sports di kota Jakarta jika dibandingkan dengan karakteristik konsumen di kota Bandung.

- Mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, peluang maupun ancaman yang terdapat di kota tujuan agar bisa mendapatkan strategi yang tepat untuk digunakan DK Outdoor & Sports dalam menghadapi karakteristik calon konsumen di Jakarta.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi masing – masing pihak yang terlibat dan terutama perusahaan dan saya sendiri sebagai penulis.

- Bagi perusahaan kegunaan penelitian ini diharapkan bisa membantu pemilik usaha untuk mengetahui karakteristik calon konsumen yang berada di kota Jakarta. Lalu mendapatkan strategi yang tepat untuk digunakan dalam pendekatan DK Outdoor & Sports kepada calon konsumen di kota Jakarta.
- Bagi pembaca kegunaan penelitian ini diharapkan bisa membantu para pembaca untuk menambah wawasan dan referensi terkait analisis strategi ekspansi yang ditujukan kepada DK Outdoor & Sports dan menjadi acuan pengambilan keputusan untuk pembaca yang sedang menjalankan bisnis dan ingin melakukan ekspansi.
- Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengalaman yang didapat dalam proses penyusunan skripsi ini terkait pertumbuhan bisnis khususnya strategi ekspansi yang nantinya akan digunakan saat sudah menjalankan bisnis sendiri.