



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

Terakreditasi A

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

**Usulan Strategi Ekspansi Pasar DK Outdoor & Sports di Kota
Batam**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh

Christine Puji Lestari

2017320107

Bandung

2021



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

Terakreditasi A

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

Usulan Strategi Ekspansi Pasar DK Outdoor & Sports di Kota
Batam

Skripsi

Oleh

Christine Puji Lestari

2017320107

Pembimbing

Angela Caroline, S.Ab., M.M.

Bandung

2021

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Christine Puji Lestari
Nomor Pokok : 2017320107
Judul : Usulan Strategi Ekspansi Pasar DK Outdoor & Sports di Kota Batam

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 21 Januari 2021
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si. : _____

Sekretaris

Angela Caroline, S.AB., M.M. : _____

Anggota

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.S.E : _____

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Pernyataan

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Christine Puji Lestari

NPM : 2017320107

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Usulan Strategi Ekspansi Pasar DK Outdoor & Sports di Kota Batam

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 lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

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

Bandung, 14 Januari 2021



Christine Puji Lestari

ABSTRAK

Nama : Christine Puji Lestari
NIK : 2017320107
Judul : Usulan Strategi Ekspansi Pasar DK Outdoor & Sports di Kota Batam

Tingginya tingkat kesadaran masyarakat akan kesehatan semakin melonjak semenjak pandemi Covid19 berlangsung. Masyarakat mulai melakukan pola hidup sehat salah satunya berolahraga. Masyarakat mulai melakukan olahraga dirumah maupun hanya sekedar lari dan bersepeda demi menjaga badan agar tetap fit. Adanya peningkatan akan frekuensi berolahraga dari masyarakat membuat tumbuhnya penjualan atas pakaian olahraga.

DK Outdoor & Sports sebagai perusahaan yang bergerak di bidang industri olahraga melihat adanya potensi untuk memperluas pasar mereka dari hanya di Kota Bandung ke kota kota lain di Indonesia. Pada penelitian ini, digunakan jenis penelitian deskriptif analitis dengan tujuan menggambarkan potensi perusahaan untuk masuk pasar kota Batam dan strategi ekspansi yang dapat dilakukan DK Outdoor & Sports.

Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah studi kasus dengan cara mencari informasi mengenai perusahaan untuk dapat menyelesaikan masalah yang terjadi. Pada akhirnya membuat peneliti dapat mengusulkan strategi ekspansi pasar DK Outdoor & Sports dengan melihat adanya peluang bagi perusahaan pada Kota Batam. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, DK Outdoor & Sports memiliki peluang untuk memasuki pasar di Kota Batam namun perlunya peningkatan dan juga pengoptimalan pada sisi promosi.

Kata Kunci : Pengembangan Pasar, Strategi Ekspansi, Pakaian Olahraga, SWOT

ABSTRACT

Name : Christine Puji Lestari
Student ID : 2017320107
Title : *Market Expansion Strategy Proposal for DK Outdoor & Sports in Batam City*

The level of public awareness of health has increased since the Covid19 pandemic took place. People are starting to adopt a healthy lifestyle, one of which is doing sports. People start doing sports at home or just running and cycling to keep their bodies fit. The increasing frequency of sports from the community has resulted in higher sales of sports clothing.

DK Outdoor & Sports, as a company engaged in the sports industry, sees the potential to expand their market from only in Bandung to other cities in Indonesia. This research used analytical descriptive as the research design to describe its potential to enter the Batam city market and the expansion strategy that DK Outdoor & Sports has to do.

This research is a part of a case study by finding information about the company to solve the problems that occur. This study aims for the researcher to propose a market expansion strategy for DK Outdoor & Sports by looking at companies' opportunities in Batam City. And based on the results of this research, DK Outdoor & Sports has an opportunity to enter the market in Batam City, but with a note that there is a need for improvement and optimization on the promotion side.

Kerywords : *Market Development, Expansion Strategy, Sportswear, SWOT*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus, karena telah selalu melindungi dan juga memberkati peneliti dari awal proses penelitian ini sampai rampungnya penelitian dengan tepat waktu. “Usulan Strategi Ekspansi Pasar DK Outdoor & Sports di Kota Batam” menjadi judul skripsi yang dibuat untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Peneliti tidak henti hentinya juga berterima kasih kepada orang-orang yang selalu mendukung peneliti untuk dapat terus mengerjakan dan menyelesaikan penelitian ini yaitu:

1. Keluarga peneliti, untuk ibu dan papah terima kasih untuk segala doa dan dukungannya dalam berbagai bentuk. Tanpa ibu dan papah, peneliti tidak akan ada sampai disini. Juga untuk mba anna terima kasih untuk doa dan supportnya. Untuk mba siska juga terima kasih banyak sudah sering dan tidak pernah bosan menemani peneliti untuk *begadang* demi menyelesaikan penelitian ini.
2. Kepada Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, Msi. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan, Ibu Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T. selaku Kepala Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan, dan Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB.,

M.Si. selaku Kepala Program Studi S1 Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.

3. Kepada Bapak Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,Mphil., Bapak Yoke Pribadi Kornarius S.Ab., M.Si.selaku dosen yang telah membantu membimbing peneliti selama proses pencarian jurnal dan juga pemetaan skripsi ini. Terlebih untuk ci Angela Caroline, S.Ab., M.M. yang selama ini selalu membantu dan juga membimbing peneliti selama ini. Mohon maaf sebesar besarnya jika peneliti sering kali melakukan kesalahan.
4. Terima kasih banyak juga untuk Andi, Ginggi, Icat dan Rifqy yang selama awal penelitian ini berlangsung selalu menemani peneliti secara online maupun saat peneliti jenuh dan ingin mengerjakan penelitian diluar. Terlebih terima kasih banyak ginggi yang sampai akhir dapat menemani peneliti. Terima kasih teman temen semua atas support selalu saat peneliti *galau* dan tidak bersemangat mengerjakan penelitian ini. *I love u somuch guys*
5. Kepada Gebi dan Dita terima kasih selama ini mau menemani peneliti untuk mengerjakan penelitian ini diluar dan selalu menyemangati peneliti sampai saat ini.
6. Untuk Vinsensia Ratih dan juga Immanuel Alvin terima kasih sebanyak banyaknya. Terima kasih selalu menemani peneliti selama beratnya mengerjakan penelitian ini. Terima kasih selalu mau mendengar keluh kesah

peneliti yang itu itu *aja*. Terima kasih selalu menguatkan peneliti selama kacaunya hati dan pikiran peneliti sampai saat ini. *Ayo cepet nyusul* selesai juga!!!

7. Untuk daday dan juga eca, terima kasih selama ini juga sudah membantu peneliti yang beberapa kali mengalami kendala dalam Bahasa Inggris.
8. Terima kasih untuk teman teman di UNPAR yang selama ini menemani kehidupan perkuliahan peneliti. Peneliti banyak sekali mendapatkan pembelajaran dari kalian.
9. Dan juga terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna, maka peneliti tidak menutup diri untuk kritik dan saran yang dapat membangun pribadi peneliti. Sekali lagi, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang terlibat.

Bandung 5 Januari 2021

Peneliti,
Christine Puji Lestari

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	3
1.3 TUJUAN PENULISAN.....	4
1.4 BATASAN MASALAH.....	4
1.5 KEGUNAAN PENELITIAN	5
BAB 2	6
LANDASAN TEORI	6
2.1 STRATEGI	6
2.2 STRATEGY EXPANSION / GROWTH STRATEGY	7
2.2 MARKET DEVELOPMENT.....	8
2.3 PORTER’S GENERIC STRATEGY	10
2.4 PORTER’S 5 FORCES	13
2.5 MARKETING MIX.....	19
2.6 SWOT	22
BAB 3	24
METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 JENIS PENELITIAN	25
3.2 METODE PENELITIAN	25
3.3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	26
3.4 SUMBER DATA	29

3.5 TEKNIK ANALISA DATA.....	30
BAB 4	32
OBJEK PENELITIAN	32
4.1 SEJARAH PERUSAHAAN	32
4.2 VISI DAN MISI PERUSAHAAN	36
4.2.1 Visi Perusahaan.....	36
4.2.2 Misi Perusahaan	36
4.3 PRODUK DAN HARGA.....	37
BAB 5	47
PEMBAHASAN.....	47
5.1 <i>STRATEGY GENERIC</i>	47
5.2 PORTER'S 5 FORCES	48
5.2.1 Rivalry among existing competitors.....	48
5.2.2 Threats of substitutes.....	49
5.2.3 Threats of new entrants	53
5.2.4 Bargaining power of supplier.....	54
5.2.5 Bargaining power of buyer	55
5.2.6 Kesimpulan Analisis Eksternal	58
5.3 MARKETING MIX (4P)	58
5.3.1 Product	59
5.3.2 Price	65
5.3.3 Place.....	66
5.3.4 Promotion	66
5.3.5 Kesimpulan Marketing Mix	69
5.4 SWOT ANALYSIS	69
5.4.1 Strength	70
5.4.2 Weakness.....	75
5.4.3 Opportunity	84
5.4.4 Threats	90
5.4.5 SWOT Matrix	94

BAB 6	101
KESIMPULAN DAN SARAN	101
6.1 KESIMPULAN	101
6.2 SARAN	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Porter's Generic Strategy.....	16
Gambar 2. 2 Porter's Five Forces.....	21
Gambar 2. 3 Marketing Mix 4P.....	23
Gambar 5. 1 Pencarian masyarakat Indonesia terhadap Sportswear dan Casualwear.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Produk dan Harga DK Outdoor &Sports.....	36
Tabel 5. 1 Preferensi waktu penggunaan pakaian olah raga Bandung.....	51
Tabel 5. 2 Preferensi waktu penggunaan pakaian olah raga Batam.....	52
Tabel 5. 3 Produk DK Outdoor/Duraking yang pernah dibeli Bandung.....	56
Tabel 5. 4 Produk DK Outdoor/Duraking yang pernah dibeli Batam.....	57
Tabel 5. 5 Kesimpulan Porter's Five Forces.....	57
Tabel 5. 6 Kesimpulan Marketing Mix.....	68
Tabel 5. 7 Tingkat kepentingan super light.....	70
Tabel 5. 8 Tingkat kepentingan penyesuaian suhu tubuh.....	70
Tabel 5. 9 Tingkat kepentingan anti virus.....	70
Tabel 5. 10 Tingkat kepentingan cepat kering.....	71
Tabel 5. 11 Tingkat kepentingan cegah bau keringat.....	71
Tabel 5. 12 Tingkat kepentingan perlindungan sinar UV.....	72
Tabel 5. 13 Sumber informasi yang dipercaya untuk pertimbangan membeli.....	73
Tabel 5. 14 Alasan tidak pernah beli produk DK outdoor/Duraking.....	76
Tabel 5. 15 Brand dengan teknologi super light.....	76
Tabel 5. 16 Brand dengan teknologi anti virus.....	77
Tabel 5. 17 Brand dengan teknologi perlindungan sinar UV.....	78
Tabel 5. 18 Brand dengan teknologi suhu tubuh.....	79
Tabel 5. 19 Brand dengan teknologi cegah bau keringat.....	81
Tabel 5. 20 Brand dengan teknologi cepat kering.....	82
Tabel 5. 21 Produk DK Outdoor/Duraking yang pernah dibeli untuk Kota Batam...	83
Tabel 5. 22 Produk DK Outdoor/Duraking yang pernah dibeli untuk Kota Bandung	84
Tabel 5. 23 Faktor utama untuk beli pakaian olah raga.....	86
Tabel 5. 24 Range harga beli pakaian olah raga Batam.....	87
Tabel 5. 25 Range harga beli pakaian olah raga Bandung.....	89
Tabel 5. 26 Preferensi brand pertama untuk pakaian olah raga Batam.....	91
Tabel 5. 27 Preferensi brand pertama untuk pakaian olah raga Bandung.....	92
Tabel 5. 28 Kesimpulan SWOT Matrix.....	94
Tabel 5. 29 Sumber informasi yang dipercaya untuk pertimbangan membeli.....	98

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Fenomena masa kini menunjukkan adanya kesadaran kolektif masyarakat di Indonesia tentang pentingnya hidup sehat. Pada tahun 2018 salah satu perusahaan asuransi dan juga lembaga penelitian menyatakan bahwa, sebanyak 73% masyarakat memilih kesehatan sebagai faktor penting dalam kehidupan mereka (Fikri, 2018). Hal ini ditunjukkan dengan adanya kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi makanan sehat dan rutin berolahraga. Berdasarkan hasil data dari Riskesda pada tahun 2018, bahwa 6 dari 10 masyarakat Indonesia sudah rutin berolahraga (Budianto & Indraswari, 2020).

Olahraga sebagai salah satu cara membentuk pola hidup sehat juga kini menjadi tren gaya hidup (Tim Redaksi JPNN, 2020). Fenomena ini ditunjukkan dengan adanya kebiasaan dari sebagian orang untuk melakukan lari pagi, bersepeda, gym, yoga, *workout*, dll (Tarigan, 2020). Terlebih dalam masa pandemi Covid-19 kesadaran untuk menjaga kesehatan dan meningkatkan imunitas tubuh menjadi suatu hal yang penting bagi banyak orang. Dengan tingginya kesadaran untuk berolahraga ini, timbul pula kebutuhan terhadap pakaian yang digunakan untuk berolahraga. Hal ini ditegaskan dengan berita bahwa beberapa perusahaan mengalami peningkatan

penjualan pada sektor baju yang digunakan untuk olahraga. Salah satu perusahaan bahkan menyatakan penjualan produk dengan model gerak aktif naik sebanyak 100% (Wuryasti, 2020).

Adanya fenomena tersebut, membawa peluang bagi perusahaan pakaian olahraga. PT. Pancajaya Sejati yang bergerak di bidang industri olahraga memiliki potensi untuk dapat meningkatkan penjualannya. Karena tingginya tingkat kesadaran akan pentingnya hidup sehat khususnya melalui olahraga, membuat masyarakat membeli pakaian olahraga untuk menunjang kegiatan olahraga yang mereka lakukan. Semakin bertambahnya permintaan akan produk, membuat perusahaan perlu mengetahui segmen pasar di luar Kota Bandung mengingat lokasi dari perusahaan yang hanya ada di Kota Bandung.

Banyak hal yang memang perlu digali lebih dalam dan dipertimbangkan matang matang saat proses untuk mengetahui segmen pasar baru yang dituju oleh perusahaan. Karena dalam pencarian segmen pasar baru, perusahaan memerlukan biaya dan juga usaha lebih untuk mengetahui karakteristik dari segmen pasar yang akan dituju. Perusahaan perlu meminimalisir terjadinya resiko pengeluaran biaya yang lebih besar dibandingkan pemasukannya kelak. Biaya yang perlu dikeluarkan selama pencarian segmen pasar harus dapat tertutup dengan pemasukan yang dihasilkan dari pasar tersebut.

Melihat fenomena meningkatnya aktivitas olahraga yang dilakukan masyarakat dan kebutuhan masyarakat akan pakaian penunjang olahraga mereka, peneliti melakukan penelitian ini. Peneliti ingin membantu perusahaan dengan

mengusulkan strategi ekspansi pasar pada Kota Batam. Dipilihnya Kota Batam dengan alasan untuk mengetahui pola hidup dari masyarakat di Kota Batam itu sendiri.

Pengetahuan mengenai pola hidup dari masyarakat di Kota Batam ini nantinya mengacu pada adanya target pasar yang ingin dicapai yakni pada komunitas komunitas olahraga yang ada di kota tujuan. Selain itu Kota Batam juga dilihat memiliki potensi bagi perusahaan karena tingkat pendapatan masyarakat di Kota Batam yang dinilai cukup tinggi. Pendapatan daerah di Kota Batam sebesar 2,360 triliun pada tahun 2018 (MEDIACENTER, 2019). Tingginya pendapatan menjadi salah satu peluang mengingat produk produk yang diberikan perusahaan memang ada di kelas menengah ke atas.

1.2 RUMUSAN MASALAH

DK Outdoor & Sports yang berlokasi di Bandung, sampai saat ini belum memiliki cabang. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti mengenai fenomena yang terjadi saat ini, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana potensi perusahaan dalam membuka cabang baru pada kota Batam?
2. Bagaimana strategi ekspansi yang harus dilakukan perusahaan

1.3 TUJUAN PENULISAN

Penulisan ini bertujuan untuk mempersiapkan proses pembukaan cabang dan juga guna mengetahui adakah peluang untuk DK Outdoor & Sport membuka cabang di kota Batam. Pembukaan cabang ini dilakukan untuk lebih dekat dengan konsumen konsumen yang ada di kota Batam.

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui mengenai:

1. Untuk mengetahui potensi yang ada bagi perusahaan dalam pembukaan cabang di Kota Batam
2. Untuk mengetahui strategi ekspansi yang perlu dilakukan oleh perusahaan

1.4 BATASAN MASALAH

Dalam penelitian ini, batasan masalah yang ditentukan oleh peneliti adalah:

1. Penelitian dilakukan hanya pada pakaian olahraga
2. Penelitian hanya dilakukan untuk kota Bandung dan juga Kota Batam
3. Faktor internal yang digunakan oleh peneliti mengenai produk, harga, tempat da juga promosi yang dilakukan perusahaan dilakukan dengan pendekatan Marketing Mix 4P
4. Faktor eksternal yang digunakan peneliti mengenai pesaing, ancaman dari supplier, ancaman dari pembeli, hingga ancaman dari produk substitusi
5. Terbatas pada responden

1.5 KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sejenis dengan perusahaan DK Outdoor & Sports atau perusahaan yang bergerak dibidang apparel untuk dapat mengetahui langkah langkah yang diperlukan untuk memperluas pasar dengan menggunakan strategi *market development* yang dibahas pada penelitian ini. Penelitian ini juga memberikan pengetahuan lebih mengenai teori teori berkaitan dengan strategi ekspansi pasar.