

LAPORAN E-BUSINESS

“Competitive analysis”



Oleh :

Brahmantya Adi S	18082010021
Zabrina Tuzzahra	18082010030
Fatihaeny Nabilah K.I	18082010033
Rahayu Kusumaningtyas P.W	18082010038

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
2021

COMPETITIVE ANALYSIS FRAMEWORK			
		COMPETITOR 1	COMPETITOR 2
COMPANY SPECIFIC	#OF EMPLOYEES	ERIGO	BAD INFLUENCE
	FOUNDED	2011 - DEPOK	2020
	FOUNDING	MUHAMMAD SADAD	KARIN NOVILDA
	INVESTORS	REKAN ,KELUARGA, KOINWORKS	REKAN, KELUARGA, PERSONAL
	ACQUISITIONS	-	
	#OF CUSTOMER		
	STRENGTHS/WEAKNESSES	<p>PERUSAHAAN /BRAND MEMILIKI NAMA YANG CUKUP TERKENAL SAAT INI DI MANCANEGARA.</p> <p>MEMILIKI BANYAK PLATFORM UNTUK MELAYANI TRANSAKSI DI MANCANEGARA</p>	<p>MERUPAKAN SEBUAH BRAND LOKAL MILIK SALAH SATU SELEBGRAM TERNAMA DI INDONESIA</p> <p>MEMILIKI CAKUPAN YANG LUMAYAN LUAS, DAPAT DIBELI MELALUI TOKOPEDIA MAUPUN SHOPEE</p>
TARGET CUSTOMER/MESSAGE	PRODUCT	DESAIN YANG TRENDY DAN UNISEX SEHINGGA DENGAN MUDAH DITERIMA DI KALANGAN MILENIAL	Mengusung konsep streetwear, Bad Influence menjual masker, kaos, hoodie, bucket hat, bahkan hingga korek api.

	PRIMARY BUYER/DSS	ANAK MUDA DENGAN STANDAR KEHIDUPAN MASA KINI	GENERASI KAUM MILLENNIAL
	SECONDARY BUYER	REMAJA BAHKAN ORANG TUA MUDA YANG MASIH GEMAR MEMPERHATIKAN FASHION MASA KINI	SEGALA RENTAN USIA YANG MENGGELUTI BIDAN FASHION
	TARGET CUSTOMER	KAUM MILENIAL YANG MENGIKUTI TREND MASA KINI	KHALAYAK MUDA YANG AKTIF DALAM MEDIA SOSIAL DENGAN TREN MASA KINI
	MESSAGING	HARD TIMES ALWAYS LEAD YOU TO SOMETHING GREAT	
PRODUCT SPECIFIC	PRODUCT FEATURES	-	
	PRICING	RP. 65.000 - 499.000	39.000 - 499.000
	FREE TIER	ONGKOS KIRIM	ONGKOS KIRIM
	CUSTOMER	-	
	PRODUCT STRENGTH	<ol style="list-style-type: none"> 1. PRODUK MEMILIKI DESAIN YANG TRENDY DAN KASUAL. 2. HARGA YANG RELATIF PADA BEBERAPA PRODUK DITAMBAH PROMO YANG DIBERIKAN. 3. PRODAK UNISEX. 	<p>produk yang dijual bersifat unisex, sehingga dapat dipakai baik kaum adam maupun hawa.</p> <p>Bermacam model dan desain yang ditawarkan pada produk yang dijual.</p> <p>Kualitas bahan yang sesuai dengan harga yang dijual.</p>

		4. KUALITAS BAHAN YANG PREMIUM.	
	PRODUCT WEAKNESS	1. VARIASI YANG ADA KURANG. 2. STUCK PADA DESAIN YANG TERBILANG MONOTON. 3. HARGA TERGOLONG PRICEY DI BEBERAPA PRODUK.	produknya terlihat kurang, hampir senilai dengan barang-barang yang diendorse oleh awkarin di instagram pribadinya.
	CUSTOMER REVIEWS	PENDAPAT CUSTOMER TERGOLONG BAIK KARENA PRODUK INI MERUPAKAN PRODUK LOKAL YANG MAMPU MENGEPAKKAN SAYAPNYA DI RANA MANCANEGERA TIDAK HANYA KARENA HARGANYA TERJANGKAU NAMUN KUALITASNYA YANG BAIK.	REVIEW DARI PEMBELI PRODUK BAD INFLUENCE INI BAIK, MULAI DARI RESPON PENJUAL YANG CEPAT, PENGIRIMAN PRODUK YANG BAIK, DAN JUGA KUALITAS PRODUK DAN HARGA SEBANDING SEHINGGA TERASA WORTH IT UNTUK DIBELI.
POSITIONING	HOW TO WIN	MEMANFAATKAN PLATFORM ONLINE UNTUK MEMPROMOSIKAN DAN MENJUALKAN PRODUKNYA. SERTA MEMBERIKAN	MENCOBA MENGEMBANGKAN PRODUK SEHINGGA TAMPAK BARU DAN FRESH, ADANYA PROMO SALE

		BANYAK PROMO ATAU DISKON KEPADA CUSTOMER	POTONGAN HARGA ATAUPUN BUNDLING PROMO
	WHY CUSTOMER SHOULD CHOOSE US	KARENA ERIGO MERUPAKAN SALAH SATU PRODUK LOKAL YANG HARUS DI KEMBANGKAN DAN DIPERKENALKAN HINGGA KE MANCANEGERA	KARENA BAD INFLUENCE BY AWKARIN TERMASUK PRODUK LOKAL YANG CUKUP BAIK DAN JUGA TELAH DIKELOLA DENGAN CUKUP BAIK

COMPETITIVE BATTLECARD

Product	Strengths	Weaknesses
<p>MERUPAKAN SALAH SATU BRAND LOKAL CLOTHING LINE YANG MEMILIKI DESAIN SIMPLE DAN TRENDY COCOK UNTUK KALANGAN MILENIAL YANG BERJIWA TEGAS DAN PEMBERANI</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. PRODUK UNTUK PENGEMBANGAN CINTA PRODUK LOKAL 2. PRODUK BRANI.CO MEMILIKI DESAIN YANG SIMPLE UNTUK SEMUA KALANGAN. 3. MEMILIKI SIMBOL DENGAN MAKNA YANG DALAM 4. PRODUK BISA DIGUNAKAN BAIK UNTUK PEREMPUAN / LAKI - LAKI (UNISEX) 5. KUALITAS PRODUK PREMIUM 6. MEMILIKI BANYAK VARIAN BARANG 7. DISERTAI DENGAN DESAIN PACKAGING BOX KEKINIAN YANG 	<ol style="list-style-type: none"> 1. PRODUK BELUM MEMILIKI NAMA YANG CUKUP BESAR DIBANDINGKAN BRAND LAIN 2. KURANGNYA STRATEGI PROMOSI YANG MATANG 3. KURANGNYA KONTEN YANG MENARIK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK. 4. KURANGNYA INOVASI PRODUK YANG MENGIKUTI TREND TERKINI

	<p>AMAN</p> <p>8. MENYEDIKAN BERBAGAI PLATFORM UNTUK MELAYANI KONSUMEN</p> <p>9. MEMBERIKAN SERVICE TERBAIK 24 JAM</p> <p>10. MEMBERIKAN BANYAK PROMO MENARIK PADA TIAP BULAN KHUSUSNYA PEMBELIAN DALAM SKALA BESAR</p> <p>11. HARGA BERSAHABAT</p>		
Company	Their Target Market	Why Customer Choose Us	
BRANI.CO	TARGET PASAR PADA BRANI.CO TERFOKUS PADA KAUM MILLENNIAL YANG SANGAT MEMPERHATIKAN FASHION CASUAL SIMPEL NAMUN ELEGAN.	<p>KARENA PRODUK INI MERUPAKAN SALAH SATU PRODUK PENGEMBANGAN CINTA PRODUK LOKAL UNTUK MENARIK PERHATIAN PARA KAUM MILENIAL AGAR TETAP MENCINTAI SERTA MENGEMBANGKAN PRODUK</p>	

		LOKAL YANG ADA. TIDAK HANYA SOAL MERK NAMUN TENTANG MAKNA YANG TERKANDUNG DI DALAMNYA.	
Market Presence		How to Win	Pricing