































pelayanan yang diberikan oleh pesaing kepada konsumennya dan bagaimana patokan harga yang mereka tetapkan untuk produk yang sejenis dengan produk yang dimiliki, memantau tentang pesaing merupakan hak paten dalam semua perusahaan. Tujuannya adalah supaya perusahaan dapat mengetahui sejauh mana pesaing bekerja keras dalam menarik jumlah konsumen. Adapun dalam menganalisis pesaing, pesaing produk dibagi menjadi dua bagian menurut Kennedy dan Soemanagara (2008: 64) sebagai berikut :

- Pesaing langsung (*direct competitor*)

Pesaing diartikan sebagai pesaing yang memiliki hubungan langsung dengan produk perusahaan, produk yang dimiliki memiliki keunggulan masing-masing untuk membuat konsumen semakin tertarik dengan konsumen yang ada. produknya dapat beragam, yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan tertentu.

- Pesaing tidak langsung (*indirect competitor*)

Adalah perusahaan yang memiliki produk berbeda dengan produk perusahaan, tetapi keberadaan produk ini bersifat *substitutive* (produk pengganti), yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sama.

Analisis peluang pesaing perlu dilakukan terus menerus. tujuannya adalah agar perusahaan dapat mengetahui sejauh mana perkembangan pesaing dalam meningkatkan









