KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Analisis industri dan pesaing diperlukan untuk mengetahui potensi apa saja yang dimiliki, analisis ini diperlukan agar pelaku bisnis dapat mengetahui keadan dan gambaran mengenai kondisi industri yang sedang terjadi saat ini serta pertumbuhan dalam industri yang dapat menciptakan peluang bisnis.

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Tren dan pertumbuhan industri yang terjadi sangatlah penting agar dapat melakukan penilaian pada bisnis yang akan dijalankan untuk melihat seberapa besar peluang bisnis dapat berkembang atau tidaknya. Dengan adanya tren dan pertumbuhan industri, dapat dilihat jumlah permintaan dan daya beli konsumen terhadap suatu produk. Dengan melihat adanya pertumbuhan industri yang semakin bertumbuh, maka besar peluang bagi sebuah bisnis baru juga dapat ikut bertumbuh.

Tren merupakan arah atau urutan kejadian yang mempunyai momentum dan durabilitas. Tren juga mengungkap bentuk masa depan dan dapat memberikan arah yang strategis. Makanan dan minuman adalah tren yang selalu berkembang karena hal tersebut adalah kebutuhan pokok manusia. Dengan adanya pertumbuhan dalam kreativitas dan inovasi pada makanan minuman yang ada, tidak menutup kemungkinan untuk orang-orang berbondong-bondong mencari sesuatu yang baru dan unik untuk dicoba dikonsumsi.

Pertumbuhan Industri kuliner pada saat ini tumbuh pesat dan banyak digandrungi oleh pegiat bisnis karena banyaknya permintaan masyarakat akan kebutuhan makanan dan minuman. “Bisnis cafe terus mengalami perkembangan signifikan. Cafe menjadi lokasi favorit untuk arena meeting sebagai bagian dari life style masyarakat. Bukti sahihnya, sangat mudah dijumpai cafe-cafe di setiap sudut kota besar Indonesia. Fenomena itu lalu melahirkan istilah baru dikalangan remaja hingga kalangan pelaku usaha yaitu ‘Ngafe’.

Istilah ‘Ngafe’ merujuk pada ajakan untuk melakukan aktivitas lebih dari sekadar minum kopi dan teh di Cafe. Saat ini, tercatat lebih sepuluh ribu cafe di seluruh pelosok tanah air. Pada edisi 2013-2018, total pendapatan sektor cafe diprediksi akan meningkat dari USD 3,4 miliar menjadi USD 4,16 miliar. Kondisi itu diramal bakal terus tumbuh hingga 30 persen. Situasi itu tentu menjadi angin segar bagi pertumbuhan komoditas kopi dan teh. Apalagi, muncul kebiasaan baru minum kopi di kedai-kedai modern/cafe menyebabkan tingkat konsumsi kopi ikut terdongkrak.

Berdasar data asosiasi eksportir kopi Indonesia (AEKI) tercatat angka konsumsi kopi naik 36 persen sejak 2010 hingga 2014. Menurut data dewan teh Indonesia (DTI), pasar domestik menyimpan potensi cukup besar. Itu karena dari total produksi teh domestik, pasar dalam negeri hanya menyerap 40 persen, sedang ekspor menyerap 60 persen.”

(https://www.jpnn.com/news/potensi-bisnis-kafe-sentuh-usd-416-miliar)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

B. Analisis Pesaing

Analisis pesaing membandingkan / menilai perusahaan pesaing yang sejenis yang berada di daerah sekitar usaha, analisis ini bertujuan untuk menilai kelemahan dan keunggulan pesaing. Berdasarkan hasil pengamatan yang telah penulis lakukan, ada dua pesaing yang sejenis di daerah dekat Nama Café, yaitu Kopi Tuya dan Kopi Babe Haikal.

Berikut profil pesaing pertama Nama Café :

1) Nama Perusahaan : Kopi Tuya
2) Lokasi : Jalan wibawa mukti 2, Jati Asih, Bekasi
3) Keragaman Produk : Hanya menjual minuman dingin dengan *base* kopi dan susu
4) Kualitas Produk : Cukup baik
5) Promosi : Menggunakan sosial media

Tabel 3.1

Analisis Pesaing : Kopi Tuya

No	Keunggulan	Kelemahan
1	Desain tempat bagus	Fasilitas usaha kurang memadai
2	Memiliki produk yang unik	Belum terlalu terkenal di Bekasi
3	Produk bervariasi	Jumlah produk yang dijual hanya sedikit
4	Lokasi strategis	Area parkir yang sempit
5	Kualitas layanan cukup baik	Tempat kurang atraktif

Sumber : Pengamatan Penulis, Oktober 2019

Berikut profil pesaing kedua Nama Café :

1) Nama Perusahaan : Kopi Babe Haikal
2) Lokasi : Jalan Wibawa Mukti 2, Jati Asih Bekasi

© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3) Keragaman Produk : Hanya menjual satu jenis varian produk yaitu kopi

4) Kualitas Produk : Cukup Baik

5) Promosi : Menggunakan sosial media

Tabel 3.2

Analisis Pesaing : Kopi Babe Haikal

No	Keunggulan	Kelemahan
1	Memiliki banyak cabang di sekitar area bekasi	Lokasi kurang strategis
2	Memiliki produk yang unik	Belum terlalu terkenal di Bekasi
3	Harga relative lebih murah	Jumlah varian produk yang dijual hanya satu macam
4	Kualitas pelayanan yang diberikan	Area parkir yang sempit
5	Desain tempat cocok dengan target pasar	Fasilitas usaha kurang memadai

Sumber : Pengamatan Penulis, Oktober 2019

Berdasarkan tabel 3.1 dan tabel 3.2 dapat dilihat keunggulan dan kelemahan dari pesaing Nama Cafe. Dengan melihat data dari hasil pengamatan penulis, hal yang akan dilakukan oleh Nama Café yaitu meningkatkan aspek-aspek yang menjadi kelemahan kopi Tuya dan kopi Babe Haikal karena dari kelemahan tersebut, bisa menjadi terobosan baru untuk meningkatkan kualitas dari Nama Café. Nama Cafe juga tidak menutup kemungkinan untuk memiliki keunggulan yang setara bahkan lebih baik dari pesaing supaya Nama Café dapat menyaingi pesaing yang ada untuk menjadi yang terbaik.

C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL *(politic, economy, social, technology, environment, legal)* adalah analisis mengenai lingkungan eksternal yaitu dalam bidang Politik, Ekonomi,

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Hukum. Analisis PESTEL dilakukan untuk mengetahui apakah faktor tersebut dapat mempengaruhi jalannya perusahaan.

1) Politik

Dalam analisis politik, yaitu meliputi hukum yang berlaku, kebijakan pemerintah, dan aturan formal maupun informal di lingkungan perusahaan. Hukum yang berlaku dalam negara Indonesia untuk sebuah perusahaan bisnis adalah adanya kebijakan politik untuk wajib membayar pajak langsung yaitu pajak bumi dan bangunan, pajak penghasilan, dan pajak tidak langsung yaitu pajak penjualan untuk kesejahteraan masyarakyat dan negara sendiri. Jelas sekali hal ini akan mempengaruhi jalannya perusahaan bila suatu saat tidak membayar pajak aka nada sanksi yang diberikan. Selain kewajiban pajak juga ada peraturan daerah yang harus ditaati seperti kewajiban memiliki alat pemadam api yang harus *stand-by* dalam tempat usaha dan wajib membayar iuran untuk alat pemadam secara tahunan pada pemadam kebakaran setempat.

2) Ekonomi

Analisis dari faktor ekonomi meliputi semua faktor yang dapat mempengaruhi daya beli dari pelanggan dan mempengaruhi iklim berbisnis suatu perusahaan. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu faktor penentu jalannya perusahaan, bila pertumbuhan ekonomi di Indonesia meningkat, maka daya beli masyarakat juga meningkat yang menyebabkan adanya permintaan masyarakat yang lebih tinggi lagi, sebaliknya bila pertumbuhan ekonomi menurun, akibatnya permintaan masyarakat juga akan menurun terhadap penawaran yang diberikan. Selain pertumbuhan ekonomi, tingkat suku bunga juga dapat mempengaruhi masyarakat terhadap usaha Nama Café, disaat suku bunga rendah, maka

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

masyarakat akan lebih terdorong untuk meminjam uang di bank untuk memenuhi kebutuhannya atau melakukan hal lain (seperti ekspansi usaha) yang diinginkan karena mendapatkan uang pinjaman dari bank, sementara jika tingkat suku bunga sedang tinggi maka masyarakat enggan untuk meminjam uang melainkan cenderung untuk menabung uang di bank daripada digunakan untuk berbelanja atau memperluas bisnis.

Tabel 3.3

Perkiraan Indeks Tendensi Konsumen

Triwulan 1 sd 3 Tahun 2017

Is_Variabel Pembentuk ITK	Is_Indeks Tendensi Konsumen (Persen)		
	2017		
	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III
ITK	100.84	116.97	110.01
Pendapatan rumah Tangga	99.94	119.27	112.50
Pengaruh Inflasi Thd Total Pengeluaran Rumah Tangga	98.91	110.11	105.79
Tingkat Konsumsi	105.45	120.18	110.25

Sumber : Jakarta.bos.go.id

Pada tabel 3.3 dapat dilihat tingkat konsumsi masyarakat pada triwulan 1 adalah 105.45 dan meningkat 14.73 menjadi 120.18 di triwulan kedua dan menurun 9.93 ke triwulan ketiga, dengan ini terdapat pertumbuhan sebesar 4.48 dalam satu tahun yang intinya pertumbuhan tingkat konsumsi pasti terjadi setiap tahunnya dari waktu ke waktu. Hal ini merupakan faktor ekonomi masyarakat yang berkembang dan tindakan Nama Café terhadap hal ini adalah melakukan inovasi produk, pelayanan, dan lainnya untuk dapat mengimbangi tren, dan menumbuhkan loyalitas konsumen pada Nama Café.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3) Sosial

Faktor sosial meliputi semua faktor yang dapat memengaruhi kebutuhan dari pelanggan dan mempengaruhi besarnya pangsa pasar yang ada. Beberapa diantaranya yaitu tingkat pertumbuhan penduduk yang dapat mempengaruhi jumlah permintaan terhadap konsumsi produk, lalu kondisi lingkungan sosial yang dimana daerah tempat Nama Café akan didirikan ini berada di lingkungan sosial yang cukup baik dengan lingkup kecil karena bukan merupakan kota besar, melainkan kota kecil yang masyarakatnya tinggal berdekatan di perumahan dan pasti memiliki keseragaman dan minat yang sejenis karena cakupan sosial yang tidak terlalu luas sehingga hal ini dapat mempengaruhi masyarakat sekitar dalam membeli produk sejenis.

Tabel 3.4

Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin

Di Kota Bekasi Tahun 2016

Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
0 - 4	129,866	124,138	254,004
5 - 9	128,457	121,505	249,962
10 - 14	115,822	111,039	226,861
15 - 19	117,651	125,228	242,879
20 - 24	130,479	136,049	266,528
25 - 29	**146,452**	**148,600**	**295,052**
30 - 34	134,336	135,110	269,446
35 - 39	120,228	117,224	237,452
40 - 44	103,651	102,021	205,672
45 - 49	84,232	83,185	167,417
50 - 54	66,609	59,634	126,243
55 - 59	46,122	35,769	81,891
60 - 64	24,146	20,978	45,124
65 +	30,832	33,877	64,709
Kota Bekasi	1,378,883	1,354,357	2,733,240

Sumber : bekasikota.bps.go.id

Berdasarkan tabel 3.4 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk terbanyak berada pada usia 25 hingga 29 tahun yaitu di angka 295,052, kemudian dilanjut oleh usia 30 hingga 34 tahun yaitu di angka 269,446, dan usia 20 hingga 24 tahun di angka 266,528. Hal ini menandakan pangsa pasar terbesar dan potensial yang akan dituju menjadi target pasar Nama Café yaitu pada usia 20 hingga 34 tahun.

Selain itu juga dengan faktor tingkat pendidikan masyarakat yaitu bila seseorang memiliki pendidikan tinggi, ia akan memikirkan terlebih dahulu produk yang akan di konsumsi sebelum dibeli apakah baik dan buruknya produk tersebut dengan mempertimbangkan harga yang ia bayar untuk produk tersebut, sedangkan orang yang tingkat pendidikannya rendah kemungkinan besar tidak memikirkan hal-hal tersebut dan mengakibatkan tingkat konsumsi yang sedikit karena berpikir bahwa produk tidak pantas dibeli karena (misalnya) efek dari harga atau fungsi produk . Tingkat Pendidikan masyarakat di Bekasi cukup baik sehingga dengan kesempatan ini penulis mengambil langkah untuk menekankan penjualan atau pengenalan produk yang mengaitkan pada rasa sosial masyarakat sebagai sebuah strategi usaha.

4) Teknologi

Teknologi memiliki faktor-faktor meliputi semua hal yang dapat membantu dalam menghadapi tantangan bisnis dan mendukung efisiensi proses bisnis perusahaan. Faktor yang dapat mempengaruhi laju bisnis Nama Café adalah biaya penggunaan teknologi perangkat lunak atau *software* yang akan menjadi beban usaha karena biaya teknologi dapat berubah-ubah seiring berkembangnya teknologi dan ekonomi dunia, selain itu pembaharuan teknologi yang semakin berkembang juga dapat mempengaruhi jalannya bisnis suatu saat nanti.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Pemanfaatan teknologi perangkat keras atau *hardware* dalam bisnis ini bila dipilih dengan cermat dan sesuai dengan kebutuhan sangat mempengaruhi jalannya bisnis Nama Café mulai dari untuk media promosi, media penjualan, hingga media operasional, sehingga dengan adanya teknologi yang tebaru atau mutakhir pasti sangat membantu jalannya usaha dengan lancar, efektif, dan efisien.

5) Lingkungan

Faktor lingkungan dapat menentukan kualitas yang dihasilkan oleh usaha tersebut, seperti lingkungan yang Nama Café akan berdiri adalah lingkungan yang cukup baik karena berada di pinggir jalan raya dan lingkungan cukup bersih sehingga Nama Café pasti akan menghasilkan kualitas produk yang baik. Nama Café juga akan menjaga lingkungan sekitar dengan membuang limbah ke tempat yang benar yang sudah disediakan. Dengan lingkungan yang baik dan bersih serta bersahabat, tidak menutup kemungkinan menyebarkan pengaruh baik bagi masyarakat terhadap Café.

6) Hukum

Faktor hukum bertujuan memberikan batasan terhadap tindakan atau aktifitas yang dilakukan oleh manusia dan berlaku untuk sebuah organisasi atau perusahaan. Faktor – faktor hukum meliputi adanya pengaruh hukum seperti perubahan undang-undang yang ada atau yang akan datang terhadap jalannya bisnis, pengaruh hukum yang dapat mempengaruhi bisnis Nama Café adalah tanggung jawab bisnis terhadap lingkungan dan masyarakat.

Tanggung jawab yang dilakukan seperti harus menjaga lingkungan dengan baik, tidak menyebabkan kerugian pada lingkungan sekitar atas limbah yang dihasilkan, lalu tanggung jawab atas produk yang dihasilkan harus dengan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

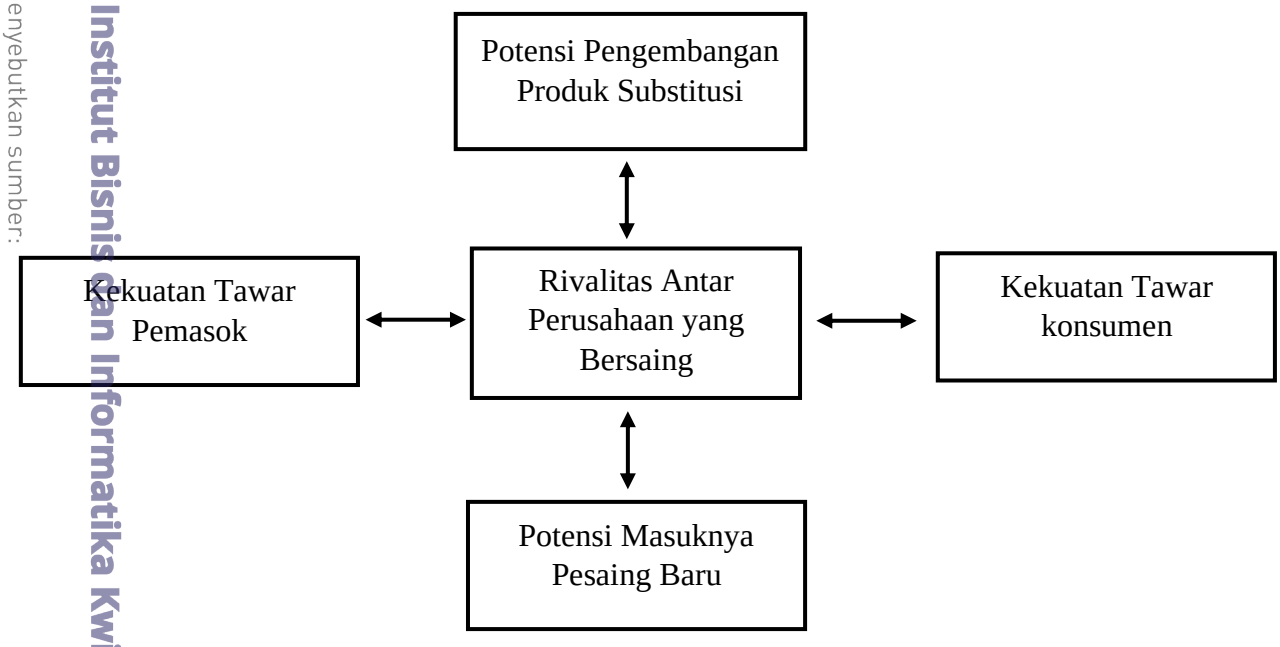
menggunakan bahan-bahan yang dapat dipertanggungjawabkan, misalnya dengan tidak menggunakan bahan-bahan kimia yang berbahaya bila dikonsumsi. Nama Café juga tidak lepas dari peraturan legalitas seperti kewajiban memiliki ijin usaha pendirian rumah makan, maka dari itu Nama Café harus mengikuti serangkaian proses yang telah ditentukan oleh Pemerintah Indonesia.

D. Analisis Porter (*Five Forces Business Model)*

Analisis Porter menurut Fred R. David (2016 : 59) adalah "pendekatan kompetitif yang secara luas digunakan unutk mengembangkan strategi dalam banyak industri. Intensitas persaingan antar perusahaan bervariasi secara luas di industri berbeda." Sifat persaingan dalam industri dapat dilihat sebagai gabungan dari lima kekuatan yaitu ; Persaingan di antara kedua perusahaan yang bersaing, masuknya pesaing baru atau potensial, Potensi pengembangan produk substitusi, kekuatan posisi tawar pemasok, dan kekuatan posisi tawar konsumen.

Gambar 3.1

Porter's Five Forces Model



Sumber : Fred R. David (2016 : 60), Manajemen Strategik

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Berdasarkan gambar 3.1, setiap elemen akan diukur dengan satuan "tinggi" atau "sedang" dan *"rendah"* untuk memudahkan hasil analisis bisnis. Hasil analisis "tinggi" menunjukkan tingkat yang sulit atau akan mempersulit perusahaan, sementara "sedang" menandakan kesulitan yang sedang untuk perusahaan, dan "rendah" menandakan tingkat yang tidak terlalu sulit atau kemudahan bagi perusahaan. Penulis akan menjelaskan dan menganalisis setiap elemen dari model – model tersebut terhadap Nama Café.

1) Kekuatan Tawar Pemasok

Pada faktor kekuatan tawar pemasok ini penulis mengalanisis seberapa besar ketergantungan Nama Café terhadap pemasok, karena posisi tawar pemasok dapat mempengaruhi intensitas persaingan dalam industri, terutama ketika hanya ada beberapa pemasok. Pemasok untuk bahan baku mulai dari peralatan dan perlengkapan Nama Café cukup mudah ditemui di daerah Nama Café akan berdiri yaitu di Bekasi, banyak supermarket besar dan kecil yang ada di area yang tidak terlalu jauh dan mudah di akses. Namun ada beberapa bahan baku yang memang harus dibeli pada pemasok tertentu untuk menjaga kualitas produk sehingga hal ini menandakan daya tawar dari pemasok bernilai "sedang". Dengan ini Nama Café harus mencari pemasok yang sesuai terutama pada biji kopi untuk produk berbasis kopi, dan sirup-sirup pada pemasok khusus sirup, dan juga buah-buahan pada toko buah lokal supaya mendapatkan harga yang rendah. Pemasok yang dicari juga harus memiliki profesionalitas dalam pelayanan seperti waktu pengiriman yang tepat, serta penanganan yang cepat bila ada barang yang rusak atau tidak sesuai dengan pesanan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2) Kekuatan Tawar Konsumen

Dalam faktor daya tawar pembeli, hal yang di analisis adalah seberapa besar tingkat pembeli dapat memilih dan menawar produk yang ada. Bila pembeli hanya bergantung pada hanya satu perusahaan untuk membeli produk, maka daya tawar pembeli adalah rendah, sementara bila pembeli dapat membeli produk pada beberapa perusahaan lain maka daya tawar pembeli tinggi. Karena dengan rendahnya daya tawar pembeli, maka perusahaan dapat menaikkan harga jual dan mengambil keuntungan yang lebih besar, sementara bila daya tawar pembeli tinggi, maka pembeli berusaha menekan harga supaya rendah dan hal ini mengakibatkan perusahaan harus menurunkan biaya penjualan yang dapat mengurangi keuntungan perusahaan. Daya tawar pembeli terhadap Nama Café adalah *medium* atau sedang, karena banyak produk pengganti yang sejenis, namun ada beberapa produk Nama Cafe yang tidak memiliki produk pengganti sejenis yang dapat membuat permintaan relatif terus ada untuk produk tersebut. Untuk mengatasi hal ini, Nama Café akan membuat produk yang unik, berbeda dari pesaing, berbeda dari produk sejenis supaya tetap ada permintaan akan produk Nama Café.

3) Potensi Masuknya Pesaing Baru

Ancaman pendatang baru harus dilakukan analisis supaya dapat meningkatkan kewaspadaan perusahaan akan hal-hal buruk yang mungkin akan terjadi di masa depan, dan mempersiapkan strategi untuk melawan perusahaan pesaing. Tingkat tinggi sebuah ancaman ditandakan dengan mudahnya kelompok atau individu lain dalam mendirikan bisnis yang sejenis, sementara tingkat potensi rendah ditandakan dengan tingkat kesulitan bisnis tersebut untuk diikuti dan berbagai macam faktor yang tidak banyak dimiliki oleh calon pendatang. Nama

Café adalah sebuah bisnis yang bergerak dibidang kuliner dan secara umum mudah ditiru oleh banyak pihak, sehingga ancaman dari datangnya pendatang baru adalah tinggi. Untuk menanggulangi bila adanya pendatang baru yang masuk dan menjadi pesaing, Nama Café menciptakan suatu yang menarik yang menjadi pembeda dari pesaing dan menjadi keunggulan usaha untuk dapat terus berada di benak para pembeli seperti menurunkan harga, menambah fitur dalam produk atau pelayanan, dan lainnya.

4) Potensi Pengembangan Produk Substitusi

Produk substitusi berarti produk atau barang pengganti dapat menjadi ancaman dalam bisnis bila keberadaanya cukup banyak dengan harga yang cukup bersaing. Adanya substitusi dapat menjadi hal yang krusial bagi usaha karena dapat membuat rugi bila tidak diperhatikan dengan baik. Produk pengganti dari Nama Café bisa berupa kedai kopi yang menyediakan minuman kopi atau minuman segar lainnya, dan juga makanan pada restoran cepat saji. Dengan ini penulis melihat bahwa ancaman barang pengganti bagi Nama Café cukup tinggi yang membuat Nama Café harus terus melakukan inovasi produk *tangible* maupun *intangible* (produk yang dijual atau suasana Café) supaya tetap menjadi yang diinginkan oleh pembeli.

5) Persaingan Antar Perusahaan

Persaingan antar perusahaan adalah persaingan perusahaan dengan perusahaan lain dalam industri sejenis. Menurut Fred R. David (2016 : 60) mengenai persaingan antar perusahaan bahwa “Intensitas bersaing di antara perusahaan yang bersaing cenderung bertambah saat jumlah pesaing juga bertambah, saat pesaing menjadi lebih seimbang dalam ukuran dan kapabilitas,

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

saat permintaan produk industri menurun, dan saat pemotongan harga menjadi umum."

Tingginya persaingan antar perusahaan ditandakan dengan jumlah perusahaan sejenis yang bersaing dalam lingkup area usaha, dan rendahnya persaingan antar perusahaan dapat ditandakan dengan rendahnya jumlah pesaing perusahaan dengan industri sejenis. Persaingan antar perusahaan bagi Nama Café adalah rendah, karena dalam area Nama Café berdiri hanya terdapat satu kedai kopi besar dan beberapa kedai kopi kecil yang tidak terkenal. Dengan ini Nama Café akan berfokus pada konsumen supaya tidak berpindah merek dengan mudah dan tetap memiliki permintaan yang terus bertumbuh terhadap produk Nama Café.

E. Analisis Faktor-faktor Kunci Sukses (CPM)

Analisis CPM (*Competitive Profile Matrix)* menurut Fred R. David (2016 : 66) adalah "mengidentifikasi pesaing utama perusahaan serta kekuatan dan kelemahan pesaing tertentu terkait posisi strategis perusahaan". Perbandingan antar pesaing dapat dilakukan dengan menggunakan faktor-faktor tertentu sebagai penentu keberhasilan industri.

Analisis ini dapat mengungkapkan kekuatan dan kelemahan perusahaan terhadap pesaing sehingga perusahaan dapat mengetahui faktor mana yang harus ditingkatkan atau dilindungi. Faktor yang digunakan untuk Analisis faktor kunci suses Nama Café adalah faktor – faktor yang spesifik dalam bidang café. Dalam tabel 3.6 menampilkan hasil dari kuesioner tentang faktor kunci sukses usaha café untuk mencari bobot faktor yang tertinggi atau paling berpengaruh.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.5

Bobot *Competitive Profile Matrix*

Faktor	Responden	Perhitungan	Bobot
Lokasi Usaha	56	(56 : 291) x 100%	0,192
Desain Tempat	53	(53 : 291) x 100%	0,182
Varian Produk	45	(45 : 291) x 100%	0,154
Keunikan Produk	45	(45 : 291) x 100%	0,154
Fasilitas Usaha	39	(39 : 291) x 100%	0,085
Kualitas Pelayanan	53	(53 : 291) x 100%	0,182
Total	**291**		**1**

Sumber : Hasil kuisioner penulis, 2019

Berdasarkan tabel 3.5 dapat dilihat terdapat 291 respon mengenai faktor kunci sukses usaha café dengan bobot terbesar adalah lokasi usaha yaitu dengan respon 56 dan bobot 0,192, kemudian fakfor dengan bobot terbesar kedua adalah desain tempat dan kualitas pelayanan dengan respon 53 dan bobot 0,182. Faktor dengan bobot terendah adalah fasilitas usaha yaitu dengan respon 39 dan bobot 0,085. Dibawah ini merupakan tabel yang menjelaskan lebih jelas mengenai *Competitive Profile Matrix*, yaitu Nama Café dibandingkan dengan dua pesaing lainnya.

Tabel 3.6

Competitive Profile Matrix

Critical Success Factor	Bobot	Nama Café		Kopi Tuya		Kopi Babe Haikal	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Lokasi Usaha	0,192	4	0,768	3	0,576	2	0,384
Desain Tempat	0,182	4	0,728	3	0,546	3	0,546
Varian Produk	0,154	3	0,462	2	0,308	1	0,154
Keunikan Produk	0,154	3	0,462	3	0,462	3	0,462
Fasilitas Usaha	0,085	4	0,34	2	0,17	2	0,17
Kualitas Pelayanan	0,182	4	0,728	4	0,728	4	0,728
Total	1		**3,488**		**2,79**		**2,444**

Sumber : Data yang diolah dari Tabel 3.5

Keterangan ;

a. Bobot yang bernilai paling tinggi merupakan faktor terpenting untuk kesuksesan café.
b. Total dari bobot secara keseluruhan adalah 1 (satu)
c. Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yaitu : 4 = *major strength*, 3 = *minor strength*, 2 = *minor weakness*, 1 = *major weakness*.
d. Nilai dari masing-masing perusahana merupakan hasil perkalian peringkat dengan bobot (peringkat x bobot).

Berdasarkan tabel 3.6 dapat dilihat bahwa Nama Café mempunyai nilai yang tertinggi yaitu 3,488 dibanding dengan pesaingnya yang hanya mendapat nilai 2,79 (kopi Tuya) dan 2,44 (Kopi Babe Haikal). Kopi Babe Haikal menjadi yang terendah nilainya namun bukan berarti tidak memiliki keunggulan usaha. Angka-angka tersebut hanya menggambarkan kekuatan dan kelemahan antar perusahaan dan pesaing secara keseluruhan supaya perusahaan dapat menanggulangi kelemahan yang ada bila memang diperlukan dan penting, atau mempertahankan keunggulan karena sudah lebih unggul dari pesaing.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

SWOT adalah kependekan dari *Strenght*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat*. SWOT digunakan untuk mengetahui 4 sisi yang ada yaitu 2 sisi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan yang didapat dari sumber daya yang ada dalam perusahaan dan 2 sisi eksternal yaitu peluang yang akan datang bagi perusahaan dan ancaman dari luar perusahaan terhadap jalannya bisnis. Terdapat matriks SWOT yang dapat membantu untuk membantu menyusun strategi perusahaan yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Penjelasan matriks SWOT :

1. Strategi SO mengunakan kemampuan internal dalam perusahaan untuk menarik peluang dan keuntungan dari eksternal, seluruh manajer pastinya menginginkan organisasi mereka dalam posisi di mana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari berbagai tren dan kejadian eksternal.
2. Strategi WO bertujuan unutk memperbaiki kelemahan internal yang menghalangi pertumbuhan usaha dengan memaksimalkan peluang bisnis eksternal yang ada sebagai medianya. Peluang positif dapat banyak muncul bila dilihat dengan cermat dan diperhatikan dengan baik, maka dari itu penggunaan peluang dengan tepat dapat menutupi kelemahan usaha bisnis yang dijalankan.
3. Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk meminimalisir atau dapat menanggulangi dampak ancaman eksternal. Dengan startegi ST maka kekuatan perusahaan harus digunakan dengan konsisten dan maksimal sehingga ancaman yang ada dapat dihadapi dengan baik.
4. Strategi WT adalah strategi untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

Berikut adalah analisis SWOT dari Nama Café :

1) ***Strengths***

   a. Nama Café menyajikan desain tempat yang nyaman untuk konsumen dapat menghabiskan waktu, bersantai, atau bekerja
   b. Tempat yang strategis untuk dikunjungi oleh konsumen yaitu dipinggir jalan raya
   c. Memiliki produk minuman yang unik dan banyak variasi produk.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

d. Nama Café memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dan ramah pada konsumen melebihi pesaing yang ada

e. Nama Café memiliki banyak fasilitas pendukung usaha untuk memuaskan konsumen yang datang seperti tersedianya alat hiburan / permainan, speaker untuk lagu-lagu yang diputar selama operasional, dan desain tempat yang bisa dijadikan spot foto oleh pengunjung.

2) *Weakness*

a. Brand yang belum terlalu dikenal masyarakat sehingga harus terus melakukan promosi.

b. Pengalaman dalam bidang pengelolaan kuliner yang belum 100% mumpuni sehingga dikhawatirkan dapat mengganggu operasional, walaupun bila ada masalah nantinya akan segera ditangani dengan baik.

c. Tempat yang kurang luas untuk menampung banyak konsumen.

3) *Opportunity*

a. Nama Café dapat menjangkau konsumen dari segala usia karena berada dalam lingkup pasar yang merupakan target usaha Nama Café.

b. Trend masa kini yang banyak digandrungi oleh orang-orang generasi millennial yang dapat menunjang permintaan konsumen

c. Gaya hidup masyarakat yang senang pergi ke kafe.

d. Pesaing sejenis yang masih sedikit di area berdirinya Nama Cafe

4) *Threat*

a. Produk Nama Café mudah ditiru oleh orang lain / calon competitor

b. Munculnya pesaing baru karena perkembangan bisnis kuliner di Bekasi

c. Pelanggan yang telah loyal dengan pesaing sejenis

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.7

Matriks SWOT

Nama Cafe

MATRIKS SWOT	***Strengths* (Kekuatan)** 1. Tempat yang nyaman 2. Tempat yang strategis untuk dikunjungi oleh konsumen 3. Produk minuman yang unik 4. Kualitas pelayanan yang terbaik	***Weakness* (Kelemahan)** 1. Merek yang belum terkenal 2. Pengalaman yang minim 3. Tempat yang kurang luas
***Opportunities* (Peluang)** 1. Pasar yang beragam dan mudah dijangkau 2. Ketersediaan bahan baku yang mudah didapat 3. Perkembangan trend 4. Pesaing sejenis sedikit	**SO** 1. Menyeimbangkan produksi antara produk dan bahan baku supaya tetap stabil (S3, O2) 2. Konsisten dalam memberikan pelayanan terbaik (S4, O1) 3. Mengikuti perkembangan trend yang ada untuk melakukan inovasi (S3, O3)	**WO** 1. Mempromosikan Nama Café dengan strategi matang (W1, O1, O4) 2. Memberikan produk yang berkualitas dan disukai oleh konsumen (W3, O4) 3. Memaksimalkan operasional bisnis dengan berbagai pertimbangan (W2, O4)
***Threat* (Ancaman)** 1. Produk mudah ditiru	**ST**	**WT**

2. Munculnya pesaing baru 3. Pelanggan loyal pada pesaing	1. Selalu melakukan inovasi pada produk (S3, T1, T2) 2. Memberikan pelayanan yang konsisten dan memberikan kesan pertama pada konsumen (S4, T3)	1. Melakukan promosi pada media sosial dengan gencar (W1, T2) 2. Menjaga kualitas produk dan pelayanan (W1, W2, W3, O2, O3)

Sumber : Nama Cafe

Berdasarkan tabel 3.7 dapat dilihat bahwa Nama Café membuat strategi – strategi bisnis dengan matiks SWOT yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal maupun eksternal perusahaan. Nama Café menggunakan kekuatan dan peluang yang ada juga untuk mengembangkan kelemahan dan menghadapi ancaman yang akan datang.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.