



BAB III ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan hidup manusia semakin meningkat. Masyarakat semakin sibuk dengan aktivitas kerja sehari-hari sehingga mengabaikan kesehatan. Hal ini dapat terlihat dengan gaya hidup masyarakat dengan pola makan yang tidak sehat dan bergizi. Belum lagi masyarakat modern dewasa ini semakin membutuhkan kecepatan dalam penyajian makanan dan kepraktisan,

Kondisi inilah yang melatar belakangi munculnya usaha produksi bahan makanan instant. Banyaknya produk makanan instant yang beredar dikalangan masyarakat, membuat masyarakat dimanjakan dengan beragamnya produk makanan, seperti yang terjadi di kalangan remaja saat ini. Terlebih lagi, untuk para remaja yang sedang berada pada masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju dewasa semakin sibuk dengan hal-hal yang baru mereka kenal, sehingga timbul pola hidup konsumtif yang terkadang berlebihan. Hal ini menyebabkan pola berpikir masyarakat ikut berubah. Seorang remaja dapat mengkonsumsi beberapa produk makanan instant mulai dari makanan ringan sampai makanan berat. Hal ini membuktikan bahwa produk makanan instant telah mendarah daging dalam pola konsumsi masyarakat. Bahkan ada yang menjadikannya sebagai makanan sehari-hari. Akibat dari mengkonsumsi makanan instant yang berlebihan membuat masyarakat, dalam konteks ini adalah kaum remaja, mengabaikan pola hidup sehat. Dengan kata lain, pola makan instant menggantikan pola makan makanan sehat. Selain telah mengganti pola makanan yang sehat, mengkonsumsi makanan instant dalam jumlah banyak dan dalam jangka waktu lama, menyebabkan tertimbunnya zat aditif yang terkandung di dalam makanan instant, di dalam tubuh manusia. Sehingga tidak heran jika banyak orang yang mengidap

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



gangguan pencernaan seperti maag, radang. Hal ini tentu tidak lepas dari kebiasaan mereka dalam mengonsumsi makanan instan.

Makanan siap saji yang dimaksud adalah jenis makanan yang dikemas, mudah disajikan, dan praktis, serta dapat diolah dengan cara sederhana. Makanan tersebut umumnya diproduksi oleh industri pengolahan pangan dengan teknologi tinggi serta dapat memberikan berbagai *zat aditif* untuk mengawetkan dan memberikan cita rasa bagi produk tersebut. Makanan siap saji biasanya berupa lauk pauk dalam kemasan, seperti yang sering kita jumpai antara lain mie instan, *nugget*, atau juga *corn flakes* sebagai makanan untuk sarapan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi produsen dalam memilih kemasan adalah tampil menarik, mampu melindungi produk yang dikemas, serta pertimbangan ekonomis. Bahan yang digunakan selama ini berupa plastik atau *styrofoam* (pembungkus mie instant dan nugget), Makanan siap saji yang beredar saat ini tercatat 500 – 600 jenis. Jenis tersebut terdiri dari minuman dan makanan yang diproduksi dalam skala kecil dan besar. Ketersediaan makanan siap saji ini akan memberikan kemudahan pemilihan jenis makanan, keragaman makanan, kualitas makanan dan praktis.

Masyarakat Indonesia sangat cepat dalam mengikuti trend suatu produk di bidang kuliner saat ini, termasuk nugget tempe. Dengan demikian bisnis nugget tempe ini memiliki pasar yang berkembang cepat. Dilihat dari perkembangan usaha nugget tempe yang dilakukan, saat ini peluang usaha nugget tempe masih terbuka lebar bagi siapa saja, terlebih jika nugget yang digunakan ialah tempe yang merupakan bahan makanan terjangkau dan mudah didapatkan di manapun. Nugget tempe usaha saya ini dipasarkan di kompleks perumahan Villa Permata Gading. Cara membuat nugget tempe ini cukup simpel, tidak membutuhkan waktu lama proses

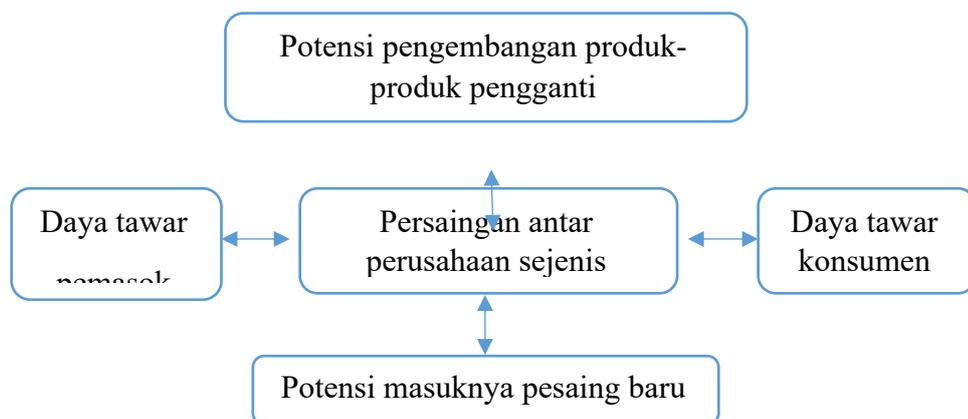
pembuatannya, memiliki kandungan vitamin serta protein yang tinggi dan baik untuk dikonsumsi.

B. Analisis Pesaing: *Porter Five Forces Business Model*

Michael Porter mengidentifikasi lima kekuatan yang memastikan daya tarik jangka panjang intrinsik sebuah pasar atau segmen pasar: yaitu salah satunya pesaing industri, pendatang baru potensial, produk pengganti, daya tawar pembeli, dan daya tawar pemasok.

Gambar 3.1

Porter's Five Forces Model (Model Lima Kekuatan Porter)



Sumber : Fred R. David (2015:239)

1. Daya tawar pemasok

Daya tawar pemasok kedelai mempengaruhi produktivitas dalam menghasilkan tempe. Apabila ada pemasok kedelai menawarkan harga bahan baku yang tinggi, alternatif lain adalah mencari pemasok lain. Untuk usaha nugget tempe ini saya membeli tempe di pasar-pasar karena banyaknya pilihan pedagang yang



menjual tempe dan harganya yang relatif murah. Oleh karena itu kepercayaan menjadi hal yang sangat penting. Pemilik bisnis akan memilih pedagang tempe yang terpercaya, menjual tempe yang terjamin kualitasnya.

2. Produk-Produk Penganti

Produk pengganti dari tempe yang berpotensi tinggi menjadi kompetitor dibidang usaha ini, produk pengganti lebih unggul baik dalam bahan baku, kemasan dan cara pengolahan berusaha menyaingi tempe seperti nugget, makarel (ikan sarden dalam kemasan) dan makanan lainnya. Dalam usaha nugget tempe ini, dapat dipastikan sangat cocok untuk digantikan karena makanan nugget tempe bukanlah hal yang sulit untuk dibuat serta mudah ditemukan dimana-mana. Konsep yang dibentuk nugget tempe ini berbeda dengan usaha lainnya, tetapi dimata konsumen nugget tempe merupakan makanan yang go International, untuk bahan bakunya mudah didapatkan dimana saja dan proses pembuatan tidaklah terlalu rumit. Walaupun ancaman nugget tempe terbilang tinggi, nugget tempe akan mengekspansi usahanya dengan membuka cabang.

3. Persaingan antar perusahaan

Persaingan dalam usaha tidak dapat ditinggalkan, terlebih lagi persaingan yang bergelut dibidang yang sama. Persaingan antar usaha dapat dilihat dari segi kualitas barang yang diproduksi, kuantitas, kinerja usaha, pemasaran akan barang dan sebagainya. Dalam usaha bisnis nugget tempe ini membuat semaksimal mungkin baik rasa, mutu, dan kualitas. Promosi dari nugget tempe harus rajin dalam mempromosikan nugget tempe tersebut sehingga dapat dikenal dilingkungan terdekat dengan harapan disukai dan dibeli. Mencari daerah pemasaran yang lebih luas dengan rajin dan juga mengikuti bazaar dikampus-kampus sehingga bisa



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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



meningkatkan penjualan nugget tempe. dari segi pelayanannya harus selalu mengutamakan konsumen, melayani konsumen dengan baik. Hal inilah yang menunjang salah satu kiat sukses usaha bisnis nugget tempe

4. Potensi Masuknya Pesaing baru

Memungkinkan adanya usaha-usaha lain yang juga ikut bermunculan terlebih lagi usaha dibidang yang sama menambah semakin ketatnya kompetensi persaingan. Terlebih lagi dengan masuknya pesaing baru yang lebih inovatif dan kreatif dalam produksinya. Usaha dari bisnis nugget tempe yang saya kembangkan ini bertujuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen, ingin supaya bisnis nugget tempe ini konsisten dalam menjalankan tujuan jangka panjang dari JJ nugget tempe dan dapat melakukan proses pembuatan yang seperti itu terus-menerus. Cara didalam usaha bisnis nugget tempe ini supaya dapat menarik konsumen adalah dengan promosi, seperti layaknya mengikuti pameran penjualan yang diadakan di lingkungan perumahan.

5. Daya Tawar konsumen/Pembeli

Daya tawar konsumen menjadi faktor penting/utama dalam menentukan kemajuan usaha tempe. Kecenderungan daya tawar konsumen akan tempe meliputi faktor-faktor tertentu salah satunya harga dan tingkat kepuasan terhadap kebutuhan konsumen. Sebagai penjual yang peduli akan kebutuhan konsumen yang menyukai nugget tempe ini akan memungkinkan menjadi pelanggan yang akan mengulangi pembeliannya karena merasa cocok dengan nugget tempe ini. Oleh karena rasa dari nugget tempe relatif enak dan banyak disukai.

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



Tabel 3.1

Analisis *Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) JJ Nugget

Tempe

SWOT	<i>Strenghts</i> (kekuatan): 1. Produk terbuat dari bahan alami dan tidak menggunakan bahan pengawet 2. Harga terjangkau 3. Cita rasa produk yang enak dan disukai masyarakat 4. Pelayanan yang cepat dan ramah 5. Produk mudah diperoleh	<i>Weaknesses</i> (Kelemahan): 1. Tidak banyak memiliki variasi produk 2. Brand belum dikenal masyarakat 3. Belum memiliki loyalitas konsumen yang tinggi
<i>Opportunities</i> (peluang): 1. Banyaknya masyarakat yang menyukai tempe 2. Masih sedikitnya pesaing yang menawarkan nugget dari tempe	SO: 1. Memmberikan diskon harga untuk konsumen yang membeli dalam jumlah banyak. (S1,S2,O1) 2. Membangun kerjasama dengan rumah makan untuk menawarkan menu nugget tempe . (S5,O2)	WO: 1. Melakukan inovasi produk agar konsumen tidak bosan (W1, O1) 2. Melakukan promosi yang gencar dan terus memberikan berbagai informasi (W2,O1) 3. Mengikuti event / pameran penjualan dan memberikan penawaran menarik. (W3, O2)
<i>Threats</i> (ancaman): 1. Usaha yang mudah ditiru pesaing 2. Selera konsumen yang mudah bosan dengan tempe 3. Daya tawar harga yang tidak stabil dari pemasok.	ST: 1. Mempertahankan kualitas produk dan pelayanan. (S4,T1) 2. Tetap menjaga harga yang terjangkau. 3. (S2, T3) 4. Selalu melakukan pengembangan dan inovasi produk (S3,,T2)	WT: 1. Mengikuti berbagai kesempatan bazaar atau pameran kuliner (W2,T1,T2) 2. Memberikan tester kepada konsumen untuk beberapa menu (W3,T2)

Sumber: data diolah penulis, Maret 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki 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.



E. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan analisis lingkungan eksternal yang berada di luar perusahaan yang dapat menjadisuatu peluang maupun ancaman tersendiri bagi jalannya suatu usaha. Beberapa factor eksternal yang menjadi focus utama dalam analisis ini adalah:

1. Politik

Dalam dunia bisnis, resiko politik perlu dipertimbangkan karena kebijakan-kebijakan politik suatu Negara banyak berpengaruh terhadap iklim di Negara tersebut. Kondisi politik yang terjadi adalah seperti adanya kenaikan harga saham, harga SDM, ataupun kenaikan inflasi. Keadaan politik yang sedang baik tentunya akan memberikan dampak positif terhadap segala bentuk industri. Namun perlu disadari pula bahwa Indonesia sebagai negara demokrasi sering memunculkan aspirasi masyarakat untuk mengeluarkan suaranya. Peristiwa ini sering terjadi dalam bentuk demo buruh yang besar dengan tuntutan terhadap Pemerintah untuk menaikkan UMR dan beberapa alasan lainnya. Kebijakan UMR oleh Pemerintah mau tidak mau harus dipatuhi agar karyawan dapat bekerja dengan tenang dan nyaman.

2. Ekonomi

Total kebutuhan kedelai dalam negeri meningkat setiap tahunnya berbanding lurus dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Meningkatnya kebutuhan akan kedelai dikarenakan oleh konsumsi yang terus meningkat mengikuti pertambahan jumlah penduduk. Kedelai merupakan sumber protein nabati yang menyehatkan, juga dikenal murah dan terjangkau oleh sebagian besar rakyat Indonesia. Kedelai dapat diolah menjadi berbagai produk pangan seperti tempe, tahu, tauco, kecap, susu, dan lain lain dengan permintaan yang selalu meningkat setiap tahunnya. Saat ini, di



Indonesia diperkirakan terdapat lebih dari seratus ribu pengrajin tempe, dengan skala produksi yang sangat bervariasi satu sama lain. Sekitar 60% dari kedelai diolah menjadi tempe. Konsumsi tempe di Indonesia telah mencapai 7 kg per kapita per tahun.

3. Sosial

Pada jaman sekarang, gaya hidup yang dimiliki oleh masyarakat cenderung menginginkan segala hal yang praktis, mudah dan cepat dalam memperoleh produk atau jasa yang diinginkannya. Dengan adanya peluang bisnis nugget tempe ini merupakan makanan yang praktis dan cepat diolah sehingga cocok untuk masyarakat terutama Ibu rumah tangga di perkotaan.

4. Teknologi

Perkembangan teknologi khususnya *social media* sudah sangat maju. Dengan adanya perkembangan *social media* dan berbagai aplikasi penunjang di *smartphone* saat ini sangat membantu para pelaku usaha maupun masyarakat. Masyarakat dapat mencari berbagai alternatif menu makanan yang ditawarkan dari restoran yang diinginkan. Ada pula aplikasi gojek yang memudahkan para masyarakat untuk dapat melakukan pemesanan melalui jasa *go-food*. Melalui aplikasi *go-food* masyarakat bebas memilih makanan yang diinginkan dan akan diantarkan ke alamat konsumen. Dengan aplikasi *google map* pun, orang – orang dapat dengan mudah menemukan lokasi yang diinginkan apabila mengalami kesulitan dalam mencari direksi atau arah tujuan. Nugget tempe dapat memanfaatkan peluang besar ini dengan mendaftar ke perusahaan yang bersangkutan dan merasakan berbagai keuntungan yang diperoleh.

5. Legal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Dalam aspek legal, pemerintah telah membuat peraturan perundang-undangan yang mengatur regulasi perizinan perusahaan. Waktu yang panjang dalam mengurus perizinan dan biaya yang mahal dalam perizinan membuat perusahaan kuliner membutuhkan modal yang besar. Menurut Kepala BKPM, target pemerintah adalah melakukan perbaikan fundamental dengan melihat proses *end to end* untuk lebih memudahkan atau menyederhanakan prosedur, mempercepat waktu penyelesaian perizinan dan nonperizinan, serta efisiensi biaya dalam melakukan kegiatan usaha. Di samping hal-hal yang prosedural, Pemerintah sesuai arahan Presiden Joko Widodo terus berupaya untuk melakukan deregulasi melalui berbagai paket kebijakan. Hingga saat ini sudah diterbitkan 29 peraturan dari rencana 40 peraturan yang akan diterbitkan untuk memperbaiki kemudahan berusaha di Indonesia. Dengan mudahnya kebijakan untuk mendirikan usaha dapat menjadikan peluang bagi Nugget tempe sekaligus ancaman dikarenakan pesaing yang menjadi lebih mudah untuk terjun di usaha yang sama.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

6. Lingkungan

Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya akan sumber daya alam baik dari perikanan, perkebunan, rempah-rempah yang mendukung berjalannya sebuah industri. Dengan kayanya sumber makanan saja Indonesia menjadi salah satu negara dengan aneka cita rasa nikmat di dunia, contohnya seperti rendang. Dengan adanya analisa tersebut, maka Nugget tempe memiliki peluang yang besar dalam industri kuliner untuk terus berupaya memberikan hidangan makanan dengan cita rasa yang nikmat dan merasakan adanya kemudahan dalam memperoleh segala bahan baku yang diperlukan.

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.



F. Analisis Posisi Dalam Persaingan

Sebuah perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu melakukan analisa posisi agar perusahaan dapat mengetahui posisinya dibandingkan dengan para pesaing. Dengan perusahaan mengetahui posisinya saat ini, perusahaan dapat menentukan langkah strategis yang tepat dan harus dilakukan agar perusahaan dapat terus bersaing. Salah satu langkah yang dapat dilakukan oleh pebisnis dalam menentukan posisi dalam persaingan adalah dengan menggunakan metode siklus hidup produk / *Product Life Cycle* (PLC) terbagi atas empat fase. Fase tersebut terdiri atas pengenalan, pertumbuhan, dewasa dan penurunan.

1. **Pengenalan** : pada tahap ini produk mulai dipasarkan dalam jumlah yang tinggi walaupun volume penjualan belum tinggi. Barang yang dijual biasanya masih barang yang baru, promosi yang dilakukan juga masih besar dan distribusi masih rendah.
2. **Pertumbuhan** : pada tahap ini desain produk sudah mulai stabil, dan peramalan yang efektif mengenai syarat kapasitas diperlukan. Penjualan dan laba juga meningkat cepat dalam tahap ini. Karena produk sudah mulai dikenal oleh para konsumen, promosi yang dilakukan juga sudah tidak segencar pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini pesaing juga sudah mulai memasuki pasar, sehingga persaingan menjadi semakin gencar.
3. **Kedewasaan** : pada tahap kedewasaan ini penjualan masih meningkat, namun laba mulai menurun. Persaingan harga pun semakin tajam. Oleh karena itu perlu dilakukan promosi yang lebih besar lagi untuk menghadapi para pesaing.

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.

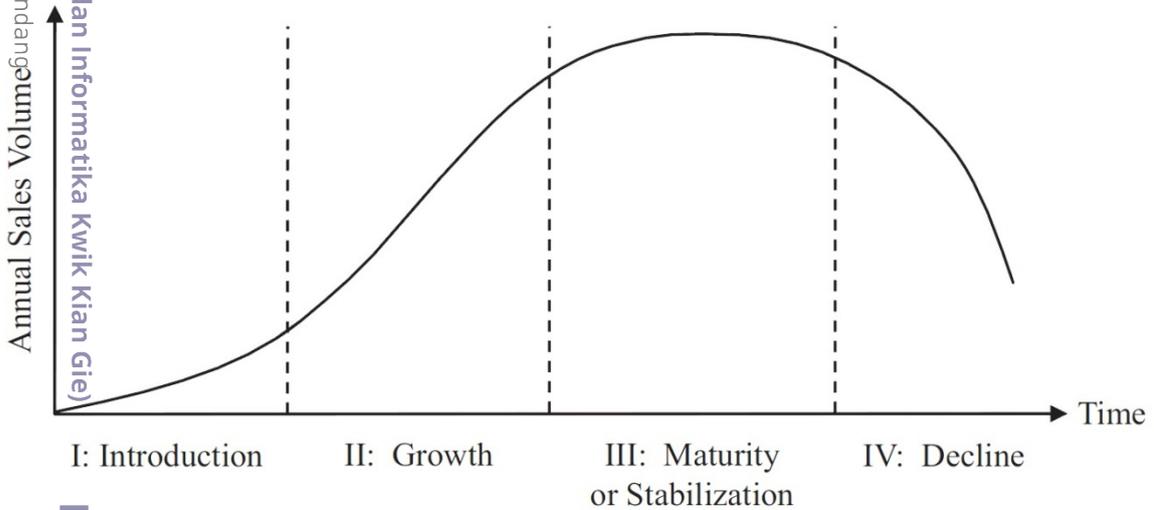
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

4. Penurunan : pada tahap ini barang sudah mulai kuno dan perlu dilakukan perubahan dari produk lama menjadi produk yang lebih baru agar merek yang dimiliki tetap bisa bersaing di pasar.

Gambar 3.2

Product Life Cycle



Sumber : Wikipedia.com

Berdasarkan penjelasan diatas maka JJ Nugget tempe berada pada tahap perkenalan. Berikut merupakan alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh Nugget tempe:

1. Strategi peluncuran cepat : peluncuran produk baru pada harga tinggi dengan tingkat promosi yang tinggi.
2. Strategi peluncuran lambat : merupakan peluncuran produk baru dengan harga tinggi dan sedikit promosi.



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. Strategi penetrasi cepat : merupakan peluncuran produk baru dengan harga rendah dan promosi yang tinggi.
4. Strategi penetrasi lambat : merupakan peluncuran produk baru dengan harga dan promosi yang rendah.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

G. Analisis CPM (*Competitive Profil Matrix*)

Analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM). Metode tersebut merupakan suatu cara yang dilakukan oleh pelaku bisnis/perusahaan untuk menganalisa pesaing dengan membandingkan beberapa pesaing utama dengan perusahaan kita sendiri dan untuk melihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dari para pesaing.

Penilaian dilihat dengan membandingkan besarnya bobot dan skor yang diberikan oleh pelaku bisnis terhadap beberapa faktor keberhasilan pesaing (*critical success factor*). Besarnya bobot untuk seluruh total faktor kunci haruslah sama dengan satu, tidak boleh lebih ataupun kurang. Jika bobot dari salah satu faktor semakin besar, maka besar pengaruhnya juga semakin besar. Besarnya rating diberikan dari angka satu sampai dengan empat, dimana angka yang diperoleh berasal dari hasil survei. Angka satu menyatakan bahwa perusahaan tersebut belum memiliki kontrol yang baik terhadap faktor tersebut sedangkan angka empat perusahaan tersebut sudah memiliki kontrol yang sangat baik terhadap faktor tersebut. Angka yang diperoleh haruslah sesuai dengan keadaan yang nyata atau sebenarnya.

Untuk mengetahui hasil mana perusahaan yang sudah beroperasi dengan baik atau belum dapat dilihat dari total nilai yang diperoleh dari tiap perusahaan. Total nilai diperoleh dari hasil perkalian antara besarnya bobot dengan rating. Perusahaan dinyatakan baik apabila hasil perkalian diatas dari nilai 2,5. Apabila

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.



perusahaan mendapat nilai kurang dari nilai 2,5 maka perusahaan belum beroperasi dengan baik dan sebaliknya bila diatas 2,5 maka faktor tersebut dianggap sebagai kekuatan dan perusahaan mampu bersaing. Berikut merupakan Analisis CPM JJ nugget tempe:

Tabel 3.1

Analisis CPM JJ Nugget Tempe

Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	JJ Nugget tempe					
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Kualitas rasa	0,30	4	1,2	3	0,9	4	1,2
Harga	0,25	3	0,75	3	0,75	3	0,75
Kualitas pelayanan	0,20	4	0,8	4	0,8	4	0,8
Promosi	0,15	4	0,6	3	0,45	3	0,45
Kebersihan / higienis	0,10	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Total	1		3,65		3,2		3,5

Sumber: data diolah penulis.

Berikut adalah penjelasan mengenai posisi JJ Nugget tempe dan pesaingnya

berdasarkan Tabel CPM, yakni:

1. Kualitas rasa

Setiap masakan yang dihasilkan oleh setiap tempat tentunya berbeda. Rasa yang enak tentunya akan menjadi kunci loyalitas bagi konsumen untuk datang kembali.

Oleh karena itu kualitas rasa menjadi faktor kunci sukses pertama. Tabel CPM di atas menunjukkan bahwa kualitas rasa memiliki bobot 0,3. Ini merupakan bobot terbesar dalam tabel. Berdasarkan tabel di atas, JJ Nugget tempe memiliki rating yang sama denganyakni 4. Hal ini menunjukkan bahwa rasa yang istimewa



adalah kunci utama dalam keberhasilan sebuah usaha kuliner dan faktor ini menjadi kekuatan dari JJ Nugget tempe.

2. Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Harga

Harga menjadi kunci sukses kedua. Hal ini karena harga memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi untuk beberapa produk, terutama untuk makanan pokok seperti tempe. Tempe diasosiasikan oleh konsumen sebagai makanan rakyat, murah meriah sehingga JJ Nugget tempe menawarkan harga yang tidak mahal. Pada tabel CPM diatas harga diberikan bobot sebesar 0,25, JJ Nugget tempe mendapatkan skor sebesar 3 sama dengan yang ditawarkan pesaing-pesaingnya.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi kunci sukses ketiga. Penilaian terhadap kualitas pelayanan dapat dilihat dari beberapa aspek seperti bagaimana pengusaha melayani pesanan dari para konsumen, seberapa cepat penyajian dan keramahan merupakan beberapa aspek yang sangat menentukan baiknya sebuah usaha. Pelayanan yang baik tentunya akan membuat para konsumen senang dan kemungkinan besar konsumen akan loyal dan ingin berkunjung kembali. Oleh karena itu JJ Nugget tempe sangat memperhatikan *time management* dalam proses pelayanan. JJ Nugget tempe sangat menekankan adanya proses peracikan makanan yang cepat hingga proses penyajian dari tenaga memasak. JJ Nugget tempe juga menjaga keramahan terhadap semua konsumen.

4. Promosi

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.



Promosi juga merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam sebuah usaha.

Ⓞ Dengan adanya promosi tentunya merek akan jauh lebih mudah dikenal oleh masyarakat. Pemilihan metode promosi baik dari kreativitas setiap merek juga menjadi daya tarik masing-masing dan menjadi faktor dalam persaingan. Pada tabel CPM diatas promosi diberikan bobot 0,15. JJ Nugget tempe mendapat skor paling tinggi yakni 4, sedangkan pesaing-pesaingnya mendapatkan skor 3. JJ Nugget tempe menggunakan promosi melalui media brosur, dan *free sample*.

5. Kebersihan

Kebersihan juga dapat menjadi kunci sukses sebuah usaha kuliner. Hal ini dikarenakan konsumen sangat selektif dan memperhatikan segala penyajian yang disajikan dari sebuah tempat makan. Makanan yang kotor dan tidak higienis tentunya akan memberikan citra yang buruk dan kesan yang mengecewakan bagi konsumen. Kebersihan dari kemasan juga menjadi salah satu perhatian dari konsumen. Kemasan yang bersih, rapi akan memberikan nilai lebih. Oleh karena itu JJ Nugget tempe sangat menjaga kebersihan makanan dan kemasannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI IKKG (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.