



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PASAR



Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A Trend dan Petumbuhan Industri

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang selalu berkembang dari masa ke masa. Dalam era globalisasi ini, makanan tidak dilihat lagi sebagai pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang berguna untuk memenuhi kebutuhan manusia, tetapi sudah menjadi trend an gaya hidup. Banyaknya rumah makan seperti restoran, kedai, kafe, warung, ataupun tempat makan yang berada di pinggir-pinggir jalan menunjukkan semakin banyaknya konsumen yang lebih memilih untuk makan diluar. Hal ini diperkuat dengan survei yang dilakukan pada tahun 2015 mengenai kebiasaan gaya hidup masyarakat Indonesia.

Menurut survei *The Neilsen Company* menyatakan 44% dari orang Indonesia yang diwawancarai menyukai makan di luar rumah. Direktur Eksekutif dan Periset Konsumen *The Neilsen Company*, Catherine Eddy menyatakan 44 peserta survei dari Indonesia makan di luar antara satu sampai tiga kali per bulan. Dalam survei ini menyatakan peringkat pertama jenis makanan yang disukai orang Indonesia adalah makanan lokal, makanan Cina masuk dalam peringkat kedua, disusul oleh makanan Jepang pada peringkat ketiga. (bisnis.tempco.co, 2009)

Selain itu, peningkatan industri kuliner dapat dilihat dari kontribusi industri makanan dan minuman terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pertumbuhan industry pengolahan nonmigas pada triwulan III/2017 sebesar 5,49%. Hal ini menunjukkan, kontribusi terbesar terhadap pembentukan PDB sektor industry pengolahan nonmigas diberikan oleh cabang industri makanan dan minuman sebesar 34,59%. (ekbis.sindonews.com, 2017)

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.



Dari survei di atas menunjukkan, perubahan kebiasaan masyarakat Indonesia yang semakin konsumtif dari perilaku yang suka makan di luar rumah. Ditambah lagi generasi muda yang saat ini yang suka berkumpul bersama teman lebih memilih tempat makan sebagai tempat mereka berkumpul karena mereka bisa menikmati makanan sambil berbincang santai atau bahkan bermain. Hal ini menunjukkan adanya peluang restoran *Eat and Play* untuk berkembang dalam industri kuliner.

B Analisis Pesaing

Dalam menjalankan sebuah bisnis, tentu seseorang pebisnis akan menghadapi persaingan atau pebisnis lain dalam menjalankan usahanya. Agar mampu menghadapi pesaing dan mempertahankan bisnisnya, seorang pebisnis harus melakukan analisis pesaing terhadap usaha yang akan dijalankan. Analisis persaingan adalah usaha mengidentifikasi ancaman, kesempatan, atau permasalahan strategi yang terjadi akibat perubahan persaingan potensial serta kekuatan dan kelemahan pesaing. Menurut David (2015:59), pesaing adalah perusahaan yang menawarkan produk dan jasa sejenis di pasar yang sama. Pasar dapat mencakup area geografis ataupun segmentasi produk. Analisis berfungsi untuk menentukan produk yang tepat sasaran dan membuat peta persaingan yang ada sekarang dan dimasa yang akan datang.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis menyadari bahwa tingkat persaingan dalam bisnis kuliner sangatlah tinggi. hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya bisnis kuliner dengan produk yang hampir sama satu dengan yang lain dan hanya dibedakan oleh desain tempat, merek, pelayanan, serta tampilan produk yang dijual. Melihat uraian tersebut, penulis menyadari adanya pesaing terhadap jenis usaha yang bergerak di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI BIKG (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.



bidang sama yaitu kuliner. Pesaing tersebut ialah restoran *EatBoss* dan *ADA Dining*.

Berikut adalah hasil pengamatan pesaing dari restoran *Eat and Play*:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Nama Usaha : ADA Dining
Kisaran Harga : Rp 4.000 - Rp 60.000
Alamat : Ruko Golden 8 blok J2, Jl. Ki Hajar Dewantara, Serpong Utara, Tangerang, Banten
Kualitas Produk : Cukup Baik
Kualitas Pelayanan : Cukup Baik
- b. Nama Usaha : EatBoss
Kisaran Harga : Rp 2.000 – Rp 115.000
Alamat : Jl. BSD Raya Utama, BSD, Serpong, Tangerang Selatan
Kualitas Produk : Cukup Baik
Kualitas Pelayanan : Kurang Baik

C. Analisis PESTEL (*Political, Economy, Social, Technology, Environment, dan Legal*)

Dalam menjalankan suatu bisnis, seorang pebisnis perlu melakukan pemahaman menyeluruh atas faktor lingkungan yang ada di perusahaan. Pemahaman tersebut dapat dilakukan dengan menganalisis atau mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan agar pelaku bisnis dapat mengetahui kelebihan dan kelemahan perusahaannya, sehingga dapat memperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaan menjadi lebih baik. Selain itu, analisis lingkungan juga berfungsi untuk mengetahui peluang bisnis yang ada serta pebisnis dapat meminimalisir resiko atau ancaman pada bisnis yang dijalankan. Metode analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui lingkungan eksternal perusahaan adalah analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial,

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.



Teknologi, Lingkungan, dan Hukum). Analisis ini berguna sebagai alat atau *tools* untuk memahami gambaran menyeluruh lingkungan dimana bisnis berada. Secara khusus, analisis PESTEL dapat diartikan sebagai alat untuk memahami segala risiko terkait dengan pertumbuhan atau penurunan usaha, dan juga posisi, potensi, serta arahan strategis untuk bisnis maupun organisasi.

Berikut adalah analisis PESTEL terhadap usaha restoran *Eat and Play*:

1. Aspek Politik (*Politic*)

Faktor politik merupakan salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi jalannya suatu bisnis. Faktor politik yang dibahas meliputi masalah hukum yang berlaku, kebijakan pemerintah, dan aturan formal maupun informal di lingkungan dimana perusahaan melakukan kegiatan bisnisnya. Beberapa faktor politik yang dapat mempengaruhi jalannya usaha restoran *Eat and Play* diantaranya adalah dukungan pemerintah terhadap UMKM melalui penurunan pajak. Penurunan pajak terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tertuang dalam revisi Peraturan Pemerintah (PP) nomor 46 tahun 2013 tentang pajak penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak dengan peredaran bruto tertentu. Sebelumnya, sesuai dengan PP 46/2013 pajak UMKM bersifat final sebesar 1% dan berlaku bagi UMKM dengan omzet maksimal Rp 4,8M dalam setahun. Hal tersebut memberikan dampak positif kepada para UMKM. (nasional.kontan.co.id, 2017)

Selain itu, adanya peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI Nomor 11 Tahun 2014 tentang standar usaha restoran yang harus dipertimbangkan serta peraturan ketenagakerjaan UU no. 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan yang mengatur hak-hak pekerja yang dilindungi oleh undang-



undang mewajibkan restoran *Eat and Play* harus melaksanakan usaha sesuai dengan kebijakan-kebijakan yang telah diuraikan di atas.

Dari aspek politik yang telah diuraikan di atas, restoran *Eat and Play* melihat adanya peluang terhadap usaha yang akan didirikan karena adanya dukungan dari pemerintah terkait dengan penurunan pajak.

2. Aspek Ekonomi (*Economy*)

Keadaan perekonomian pada waktu sekarang dan di masa yang akan datang dapat mempengaruhi kemajuan dan strategi bisnis restoran *Eat and Play*. Keadaan perekonomian Indonesia dewasa ini sudah dapat dikatakan mengalami pertumbuhan dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2017, Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi sebesar 5,05 persen. Salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi adalah peningkatan industri kuliner. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi industri makanan dan minuman terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pertumbuhan industry pengolahan nonmigas pada triwulan III/2017 sebesar 5,49%. Hal ini menunjukkan, kontribusi terbesar terhadap pembentukan PDB sektor industry pengelolaan nonmigas diberikan oleh cabang industri makanan dan minuman sebesar 34,59%. (ekbis.sindonews.com, 2017)

Melihat uraian di atas, penulis yakin bahwa industri makanan dan minuman khususnya industri restoran akan terus didukung oleh pemerintah karena peran industri makanan dan minuman selalu memberikan pertumbuhan yang positif terhadap ekonomi Indonesia.

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

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



3. Aspek Sosial (*Social*)

Faktor sosial dipertimbangkan dari gaya hidup, pola konsumsi, dan preferensi masyarakat. Di zaman sekarang ini, individu sudah mengubah *needs* atau kebutuhan terhadap makanan dan minuman untuk bertahan hidup menjadi *wants* atau keinginan. Melihat adanya perubahan gaya hidup, masyarakat sekarang ini lebih suka makanan diluar bersama teman ketimbang makan dirumah, membuat tempat makan seperti restoran dan kafe berkembang pesat di Indonesia. Hal ini memberikan peluang bagi penulis untuk membuka usaha restoran yang membuat setiap individu yang datang dapat berkumpul bersama teman mereka sambil menikmati makanan.

4. Aspek Teknologi (*Technology*)

Pesatnya pertumbuhan teknologi di zaman modern ini menjadikan ketergantungan masyarakat pada teknologi semakin meningkat. Kondisi ini menuntut seorang pebisnis untuk selalu menyesuaikan diri terhadap pertumbuhan teknologi karena teknologi dapat memberikan peluang bagi sebuah bisnis untuk berkembang.

Peluang tersebut dapat dilihat dari pesatnya penggunaan internet dan sosial media yang berkembang di Indonesia. Berikut ini adalah data mengenai jumlah pengguna internet dan sosial media di Indonesia:

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

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



Gambar 3.1

Jumlah Penggunaan Internet dan Sosial Media di Indonesia



Sumber: <https://id.techinasia.com/pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2016>

Dari Gambar 3.1 terlihat bahwa pengguna internet di Indonesia sebesar 51% dan pengguna aktif sosial media sebesar 40%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia adalah pengguna internet khususnya sosial media. Dari data di atas, pertumbuhan teknologi dapat dijadikan sebagai peluang untuk bisnis restoran *Eat and Play* dalam melakukan pemasaran dan riset pasar dari para pengguna sosial media sehingga dapat meminimalisir pengeluaran yang dapat dialokasikan untuk meningkatkan kualitas makanan dan minuman yang ditawarkan.

5. Aspek Lingkungan (*Environment*)

Ketika melakukan perencanaan strategis atau mencoba mempengaruhi keputusan pembeli, faktor lokasi geografis merupakan salah satu faktor lingkungan yang dapat dilakukan untuk melakukan analisis terhadap faktor lingkungan eksternal. Penentuan lokasi yang tepat dan strategis dapat memberikan dampak yang baik bagi suatu bisnis untuk bertahan dan

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.



berkembang. Lokasi yang sesuai dengan segmentasi pasar akan menjadi lokasi yang baik untuk mendirikan suatu usaha.

Pendirian restoran *Eat and Play* dilakukan di Ruko Icon *Business Park*, BSD City dikarekan lokasi berada di daerah perkantoran yang dekat dengan perkuliahan dan juga perumahan penduduk sehingga potensi terhadap pangsa pasar yang dituju tepat karena berada di daerah perkuliahan. Selain itu, kota BSD City yang sedang berkembang akan memberikan peluang terhadap penambahan konsumen karena akan banyak warga di luar BSD yang datang ke kota BSD.

6. Aspek Hukum (*Legal*)

Faktor yang paling penting dari analisis lingkungan eksternal adalah faktor hukum atau *legal*. Faktor hukum faktor yang harus diketahui oleh setiap pebisnis sebelum menjalankan usahanya. Faktor ini meliputi legalitas untuk mendirikan suatu usaha agar bisnis dapat berjalan dengan lancar. Legalitas yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha meliputi dokumen Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) pemilik usaha, dan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) bagi pelaku usaha mikro dan kecil.

Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) adalah tanda legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha atau kegiatan tertentu dalam bentuk izin usaha mikro dan kecil dalam bentuk satu lembar. IUMK memiliki tujuan untuk memberikan kepastian hukum dan sarana pemberdayaan bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (PUMK) dalam mengembangkan usahanya. Syarat untuk memperoleh IUMK sebagai berikut: (depkop.go.id, 2017)

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

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.



1. Surat pengantar dari RT atau RW terkait lokasi usaha
2. Kartu Tanda Penduduk (KTP)
3. Kartu Keluarga (KK)
4. 2 lembar pas foto terbaru berwarna ukuran 4x6 cm
5. Mengisi formulir yang memuat tentang:
 - a. Nama
 - b. Nomor KTP
 - c. Nomor Telepon
 - d. Alamat
 - e. Kegiatan Usaha
 - f. Sarana Usaha yang Digunakan
 - g. Jumlah Modal Usaha

Surat-surat yang dilampirkan diatas adalah faktor legal yang harus dimiliki oleh restoran *Eat and Play*. Tidak hanya perizinan, restoran *Eat and Play* juga harus memperhatikan peraturan pemerintah mengenai ketenagakerjaan.

C 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:

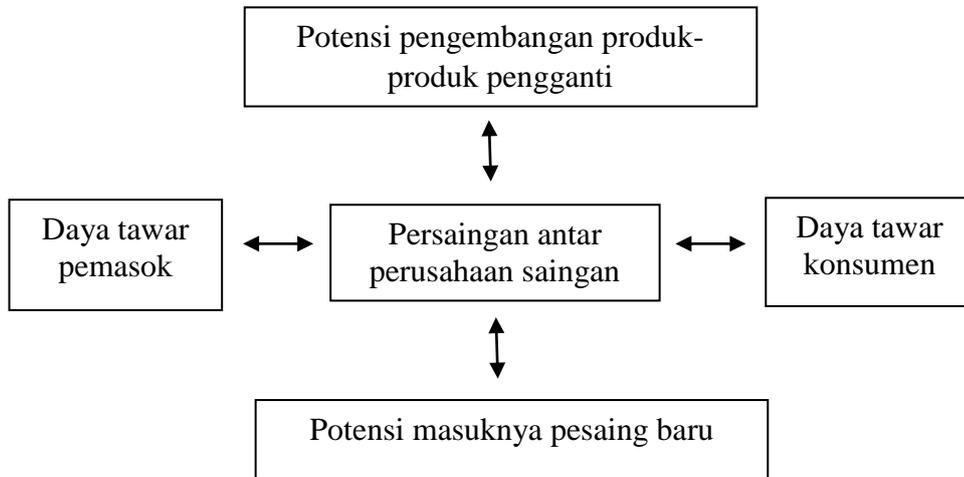
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

D. Analisis Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (*Porter's Five Forces Business Model*)

Menurut David (2017:229), Model Lima Kekuatan Porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industry. Analisis ini berguna untuk memahami dimana letak kekuatan perusahaan dalam menghadapi situasi persaingan industri.

Gambar 3.2

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



Sumber: David (2017 :229), *Strategic Management*

Berikut ini adalah lima model kekuatan yang mempengaruhi persaingan menurut Porter:

1. Persaingan antar perusahaan yang bersaing di industri yang sama

Semakin tinggi jumlah kompetitor dalam suatu industri, semakin tinggi pula intensitas persaingan di antara perusahaan-perusahaan yang berkompetisi. Selain itu, terdapat pula kondisi-kondisi yang dapat mengakibatkan persaingan antar perusahaan meningkat, antara lain ukuran perusahaan yang sama, permintaan produk industri menurun, penurunan harga produk atau jasa pada industri, saat konsumen dapat berganti-ganti merek dengan mudah, dan saat hambatan untuk memasuki pasar rendah.

Restoran *Eat and Play* berada pada industri dengan persaingan yang cukup ketat karena memiliki pesaing yang sudah memiliki pengalaman yang lebih baik. Pesaing restoran *Eat and Play* yang paling berat adalah EatBoss karena restoran ini menyediakan berbagai macam varian makanan dan minuman mulai dari

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.





masakan Indonesia sampai dengan *Western*. Selain itu, EatBoss sudah berdiri cukup lama dan memiliki pelanggan yang loyal karena harga yang ditawarkan terjangkau dan memiliki porsi yang banyak.

Melihat hal tersebut, restoran *Eat and Play* harus mempersiapkan strategi sebaik mungkin demi kelangsungan hidup bisnisnya. Strategi-strategi yang disiapkan haruslah strategi yang realistis dan selaras dengan tujuan. Strategi yang digunakan suatu perusahaan untuk bersaing akan sukses apabila perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan strategi bersaing perusahaan lain. Oleh karena itu, keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh restoran *Eat and Play* adalah makanan dan minuman yang ditawarkan merupakan inovasi baru dari percampuran lokal dengan internasional seperti pada salah satu menu restoran *Eat and Play* yang menawarkan perpaduan antara *Spaghetti Aglio Olio* dengan campuran Ikan Tongkol Balado.

Selain itu, strategi yang akan dilakukan oleh restoran *Eat and Play* adalah menambah menu makanan dan minuman, memberikan pelayanan yang ramah kepada setiap konsumen yang datang, mempertahankan kualitas masakan, serta mempertahankan koki yang dimiliki agar cita rasa makanan yang dihasilkan konsisten. Dengan begitu konsumen yang akan merekomendasikan restoran *Eat and Play* ke saudara, kerabat, dan teman mereka.

2. Daya tawar pembeli

Aspek yang mempengaruhi daya tawar pembeli didasarkan pada harga dan kualitas yang ditawarkan. Pada dasarnya setiap pembeli memiliki sifat yang sama yaitu mencari produk atau jasa dengan harga yang lebih rendah namun menuntut kualitas yang lebih baik. Hal tersebut menyebabkan profit atau laba yang akan didapatkan oleh perusahaan semakin rendah. Di satu sisi, perusahaan

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

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



memerlukan biaya yang lebih untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Namun, hal tersebut dapat diatasi dengan penggunaan strategi promosi yang baik bukan hanya sekedar promosi tetapi juga memberikan informasi dan edukasi kepada konsumen mengenai produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis menyadari adanya daya tawar konsumen terhadap makanan dan minuman yang ditawarkan oleh restoran *Eat and Play*. Menyadari hal tersebut, maka untuk mempertahankan loyalitas konsumen, restoran *Eat and Play* akan terus menambah varian produk makanan dan minuman dengan kualitas yang baik dan harga yang kompetitif serta menetapkan strategi pemasaran yang tepat.

3. Daya tawar pemasok

Dalam suatu bisnis, keberadaan dan peran pemasok sangatlah penting untuk dapat melakukan bisnis yang berkelanjutan. Daya tawar pemasok yang tinggi akan menyebabkan bahan baku yang didapatkan sulit sehingga memiliki harga yang tinggi, sebaliknya daya tawar pemasok yang rendah akan memberikan kemudahan bagi pelaku bisnis untuk mendapatkan bahan baku dan memperoleh harga yang lebih murah.

Mengingat bahan baku yang digunakan oleh restoran *Eat and Play* mudah didapat di pasar tradisional, swalayan, maupun online, maka daya tawar pemasok dalam mempengaruhi bisnis dapat dikatakan rendah. Penulis meyakini daya tawar pemasok tidak akan menjadi hambatan yang besar bagi penulis. Namun, untuk dapat melakukan kegiatan bisnis berkelanjutan, penulis tetap perlu menjaga hubungan baik dengan setiap pemasok agar dapat menjadi pelanggan prioritas.

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

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



4. Ancaman dari pesaing baru yang memasuki industri yang sama

Industri kuliner adalah industry yang selalu berkembang dan tidak akan pernah mati karena kebutuhan manusia terhadap makanan tinggi. Hal ini membuat kemungkinan masuknya pesaing baru ke dalam industri yang sama semakin besar. Kemunculan pesaing dapat ditandai dengan semakin mudahnya pesaing meniru produk yang dihasilkan. Produk dari restoran *Eat and Play* adalah makanan dan minuman hasil inovasi yang tidak memiliki hak paten. Oleh karena itu, kemungkinan adanya pesaing baru yang menggunakan menu yang sama cukup besar. Dengan begitu peluang konsumen untuk berpindah merek pun akan mengancam keberlangsungan bisnis restoran *Eat and Play*. Untuk menjaga loyalitas konsumen, restoran *Eat and Play* akan selalu melakukan *quality control* terhadap rasa dan bahan-bahan yang digunakan, terus menambah menu baru dan berinovasi, serta mengencarkan promosi dan pemasaran sehingga dapat mempertahankan dan bahkan menambah konsumen baru.

5. Ancaman dari produk pengganti

Ancaman lain yang dapat mengganggu aktivitas bisnis adalah masuknya produk pengganti. Munculnya produk pengganti yang menawarkan harga yang lebih rendah dengan kualitas yang sama atau lebih baik, tidak menutup kemungkinan pebisnis akan kehilangan pasar yang sudah dimiliki.

Pada setiap bisnis, akan selalu muncul produk pengganti. Bahkan pada bisnis kuliner pun ancaman dari produk pengganti tidak dapat dipungkiri. Dalam mengatasi hal tersebut, restoran *Eat and Play* akan terus menambah menu makanan dan minuman dan mempertahankan harga dengan cara mengurangi kuantitas dan mempertahankan atau menaikkan kualitas agar konsumen tidak enggan untuk membeli makanan dan minuman baru yang ditawarkan.

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.



E. Analisis Posisi dalam Persaingan

Analisis posisi perusahaan dalam persaingan dapat dilihat dengan menggunakan metode *Product Life Cycle* (Siklus Hidup Produk). Siklus hidup produk adalah siklus suatu produk dengan tahapan proses perjalanan hidupnya mulai dari peluncuran awal (*soft launching*), peluncuran resmi (*grand launching*), perubahan dari target awal, lalu mulai berjuang dan berkompetisi dengan produk-produk yang sejenis, hingga melewati persaingan dan kompetisi produk memiliki tingkat penerimaan atau penjualan atau distribusi yang luas dan tersebar.

Menurut Kotler dan Amstrong (2014:297), *product life cycle* adalah perjalanan dari penjualan dan keuntungan produk semasa hidupnya mencakup empat tahapan berbeda, yaitu:

1. Tahap Pengenalan Produk (*Introduction*)

Pada tahap ini, barang atau jasa mulai dipasarkan ke dalam jumlah besar meskipun volume penjualan belum sesuai. Barang atau jasa yang dijual merupakan barang atau jasa baru yang belum pernah dikenal oleh masyarakat. Biasanya pada tahap ini, biaya yang dikeluarkan untuk memperkenalkan produk ongkosnya tinggi, terutama dalam memasarkan produk atau jasanya. Promosi harus dilakukan dengan gencar.

2. Tahap Pertumbuhan Produk (*Growth*)

Tahap ini ditandai dengan adanya peningkatan penjualan. Konsumen awal yang telah menggunakan produk sebelumnya merasa senang dan konsumen berikutnya mulai membeli. Pada tahap ini, para pesaing baru mulai memasuki pasar. Penjualan dan laba juga akan mengalami peningkatan. Dalam tahap ini, agar tidak kalah dari pesaing, perusahaan harus dapat memperluas pasar dan meningkatkan distribusinya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
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.



3. Tahap Kedewasaan Produk (*Maturity*)

Tahap ini ditandai dengan tercapainya titik tertinggi dalam penjualan perusahaan. Pada tahap ini, laba produsen maupun laba pengecer mulai turun. Persaingan harga menjadi sangat tajam sehingga perusahaan perlu memperkenalkan produknya dengan model yang baru. Tahap ini merupakan tantangan berat bagi *manager* pemasaran dimana proses penjualan dalam tahap ini sangat *sensitive* terhadap perubahan ekonomi.

4. Tahap Penurunan Produk (*Decline*)

Dalam tahap ini, penjualan mulai mengalami penurunan yang dikarenakan oleh barang atau jasa yang ditawarkan dianggap kuno, perubahan selera pasar, pasar mulai jenuh terhadap barang atau jasa yang ditawarkan, adanya produk substitusi, dan perubahan teknologi dimana perusahaan tidak mampu mengikuti serta beradaptasi dengan perubahan teknologi tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, posisi restoran *Eat and Play* masih berada pada tahap pengenalan produk dimana merek yang ditawarkan masih sangat baru. Oleh karena itu, biaya pemasaran yang diperlukan untuk memperkenalkan dan memasarkan merek cukup besar.

F. Analisis Faktor-faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix/CPM*)

Menurut David (2017:236), *Competitive Profile Matrix* (CPM) adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industri. Analisis CPM berguna untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan suatu usaha dari pesaing utama. Berikut adalah analisis CPM dari restoran *Eat and Play*:



Tabel 3.1

Competitive Profile Matrix (CPM)

No.	Critical Success Factor	Weight	Restoran Eat and Play		Board's and Bite's		EatBoss	
			Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
1	Cita rasa	0,25	4	1	3	0,75	3	0,75
2	Pelayanan Ramah	0,16	4	0,64	3	0,48	3	0,48
3	Harga Kompetitif	0,23	3	0,69	3	0,69	4	0,92
4	Promosi	0,125	3	0,375	2	0,25	2	0,25
5	Lokasi	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
6	Varian produk	0,135	2	0,27	3	0,54	4	0,54
	Total	1	3,275		2,875		3,24	

Sumber: Eat and Play, 2018

Tabel Competitive Profil Matrix diatas terdiri dari 5 komponen penting, yaitu:

1. Critical Success Factor

Critical Success Factor atau faktor penentu keberhasilan merupakan faktor-faktor terpenting yang mempengaruhi keberhasilan organisasi. Faktor tersebut digambarkan secara luas tanpa memasukkan data yang spesifik dan factual. Faktor ini diambil berdasarkan analisis khusus dari penentu keberhasilan industry terkait. Faktor penentu keberhasilan ini merupakan ringkasan informasi dari hasil evaluasi kondisi internal perusahaan yang kemudian ditarik unsur yang memiliki pengaruh terbesar dengan perusahaan yang merupakan kekuatan dan kelemahan dari perusahaan itu sendiri serta perusahaan pesaing utama dalam industri.

2. Weight

Weight atau bobot menunjukkan kepentingan relative dari faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam industri. Bobot merupakan besar atau kecilnya pengaruh dari faktor penentu keberhasilan yang dituangkan

© Hak cipta milik IBIKKG (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.



secara kuantitatif agar dapat secara riil melihat besarnya pengaruh. Semakin besar bobot tersebut maka semakin besar pula pengaruh masing-masing faktor. Bobot tidak boleh melebihi angka 1 (satu), karena nilai 1 (satu) tersebut dianggap sebagai 100%

3. *Rating*

Rating atau peringkat merupakan penilaian terhadap CSF. *Rating* sendiri mampu menunjukkan kekuatan dan kelemahan perusahaan yang ditentukan dari elemen yang telah disebutkan pada faktor penentu keberhasilan. Peringkat tersebut berskala satu sampai empat, dimana peringkat satu merupakan kelemahan utama perusahaan, peringkat dua merupakan kelemahan *minor*, peringkat merupakan kekuatan *minor*, dan peringkat empat merupakan kekuatan utama perusahaan.

4. *Weight Score*

Weight Score atau nilai tertimbang merupakan hasil perkalian antara masing-masing peringkat dengan masing-masing bobot.

5. *Total Weight Score*

Total Weight Score atau total nilai tertimbang merupakan penjumlahan dari semua nilai tertimbang. Nilai akhir harus berkisar antara 1,00 hingga 4,00. Nilai rata-rata CPM adalah 2,5. Jika nilai dari hasil penjumlahan lebih besar dari 2,5 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan sudah memiliki kekuatan dalam industri dan dianggap mampu bersaing. Jika total nilai dari hasil penjumlahan kurang dari 2,5 maka perusahaan tersebut dianggap belum memiliki kekuatan dalam industri dan belum mampu bersaing.

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

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



Berdasarkan Tabel 3.1 dapat disimpulkan bahwa restoran *Eat and Play* memiliki potensi untuk bersaing dengan para kompetitornya. Dapat dilihat juga bahwa pesaing utama dari bisnis restoran *Eat and Play* adalah EatBoss yang unggul di beberapa faktor seperti harga dan varian produk. Harga yang ditawarkan EatBoss relatif murah karena varian produk yang banyak membuat pilihan terhadap harga juga banyak mulai dari Rp 2.000 sampai Rp 115.000, hal ini membuat pangsa pasar EatBoss sangat besar. Oleh karena itu, restoran *Eat and Play* harus menambah varian makanan dan minuman yang dijual sehingga pilihan terhadap harga semakin banyak agar pangsa pasar dari kalangan bawah hingga kalangan atas dapat dicapai.

G. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (*SWOT Analysis*)

Analisis SWOT menurut David (2017:251), adalah sebuah alat pemaduan atau pemasangan yang penting yang dapat membantu manajer untuk mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi SO – *Strength and Opportunity* (Kekuatan dan Peluang), WO – *Weakness and Opportunity* (Kelemahan dan Peluang), ST – *Strength and Threat* (Kekuatan dan Ancaman), WT – *Weakness and Threat* (Kelemahan dan Ancaman).

Berikut adalah analisis SWOT dari restoran *Eat and Play*:

1. Kekuatan (*Strength*)
 - a. Cita Rasa
 - b. Pelayanan yang ramah
 - c. Harga yang kompetitif
 - d. Promosi yang menarik
 - e. Lokasi yang strategis
 - f. Lapangan parkir cukup luas



2. Kelemahan (*Weakness*)
 - a. Merek belum dikenal luas
 - b. Varian produk masih sedikit
 - c. Loyalitas pelanggan belum terbentuk
3. Peluang (*Opportunity*)
 - a. Bisnis kuliner tidak pernah mati
 - b. Mudah mendapatkan pemasok
 - c. Masih sedikitnya pesaing di lingkungan sekitar
 - d. Teknologi yang terus berkembang
4. Ancaman (*Threat*)
 - a. Produk makanan dan minuman mudah ditiru pesaing
 - b. Persaingan harga ketat
 - c. Selera masyarakat yang cepat berubah

Untuk melihat strategi yang terbentuk dari adanya kekuatan dan kelemahan serta ancaman dan peluang perusahaan, maka restoran *Eat and Play* menyusun *SWOT*

Matrix yang dapat dilihat pada **Tabel 3.2**

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.



Tabel 3.2

SWOT Matrix Restoran Eat and Play

<p>Strengths (Kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cita Rasa 2. Pelayanan yang ramah 3. Harga yang kompetitif 4. Promosi yang menarik 5. Lokasi yang strategis 		<p>Weakness (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Merek belum dikenal luas 2. Varian produk masih sedikit 3. Loyalitas konsumen belum terbentuk
<p>Opportunities (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bisnis kuliner tidak pernah mati 2. Mudah mendapatkan pemasok 3. Masih sedikitnya pesaing di lingkungan sekitar 4. Teknologi yang terus berkembang 	<p>S-O Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelayanan dan kualitas produk yang terbaik dengan harga yang kompetitif (S1,S2,S3,O1,O2) 2. Membuat akun sosial media seperti Instagram untuk melakukan pemasaran dan memberikan info mengenai promo-promo (S4,O3,O4) 3. Menjalin hubungan jangka panjang dengan pemasok untuk mendapatkan bahan baku yang berkualitas sehingga dapat memberikan harga yang kompetitif (S1,S2,O2) 	<p>W-O Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerjasama dengan ojek online untuk melakukan pelayanan pesan antar (W1,W3,O5) 2. Bekerjasama dengan <i>party planner</i> atau <i>event organizer</i> untuk mengadakan acara di restoran <i>Eat and Play</i> serta mengikuti acara sosial berupa pemberian sponsor (W1,W3,O3,O4)
<p>Threat (Ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk makanan dan minuman mudah ditiru 2. Persaingan harga ketat 3. Seler masyarakat yang cepat berubah 	<p>S-T Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengundang <i>influencer</i> untuk melakukan <i>food review</i> (S1,S2,S3,S4,S5,T1,T2) 2. Melakukan inovasi produk dan melakukan riset pasar (S1,S4,T3) 3. Memberikan diskon 20% pada saat pembukaan restoran (S3,S4,T2) 	<p>W-T Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi dan pemasaran dengan gencar (W1,W3,T2) 2. Menambah varian menu dan mempertahankan harga dengan mengurangi kuantitas namun tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas (W2,T2,T3)

Sumber: *Eat and Play*, 2018

©

Hak cipta dimiliki IBI KKG dan Informatika Kwik Kian Gie

Informatika Kwik Kian Gie

1. Ditarang 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.