



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Suatu industri berbeda antara satu dan lainnya berdasarkan atas karakteristik ekonomi, situasi persaingan, dan prospek perkembangannya di masa datang. Perubahan berbagai faktor seperti teknologi, ekonomi, pasar dan persaingan akan bergerak mulai dari yang lambat sampai dengan yang cepat. Analisis industri dan persaingan berguna bagi perusahaan untuk dapat menyesuaikan dengan perubahan dan kemudian membentuk kekuatan dalam menghadapi persaingan. Dalam analisis industri, biasanya membandingkan berbagai hal apakah industri ini cukup menjanjikan ataupun sebaliknya. Setelah melakukan analisis industri, nantinya dapat menggunakan informasi tersebut dan mempertimbangkannya.

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia pada saat ini. Munculnya berbagai produk makanan yang unik, adanya wisata kuliner, dan tren kuliner yang saat ini sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat. Saat ini, masyarakat sangat antusias dengan adanya hal yang baru dan juga hal yang inovatif, termasuk pada hal baru dari produk makanan, cafe, ataupun restoran.

Pangan bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia, pangan saat ini mulai menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pangan menjadi sebuah industri kuliner yang memberikan tidak hanya cita rasa tetapi juga menjadi kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi dan berinovasi. Sebab, industri kuliner yang berkembang saat ini juga menyediakan

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.



ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui produk yang ditawarkan maupun layanan jasa yang diberikan.

Pasar makanan dan minuman Indonesia sangat menjanjikan dan paling diminati untuk investasi. “Industri makanan dan minuman mempunyai peranan penting dalam pembangunan sektor industri terutama kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri non migas. Industri makanan dan minuman pada tahun 2016 diproyeksikan mengalami pertumbuhan sebesar antara 7,4–7,8%.”
<http://www.kemenperin.go.id>.

B. Analisis Pesaing Sejati

Perubahan terjadi begitu cepat tanpa mengenal waktu. Oleh karena itu, para pebisnis harus selalu melakukan inovasi-inovasi yang kreatif untuk senantiasa mengembangkan bisnisnya agar tidak kalah dan mampu mengungguli pesaing-pesaing yang ada. Keberhasilan dari usaha pebisnis adalah dapat menganalisis pesaing dengan melihat kelebihan dan kekurangan pesaing. Pesaing merupakan hal yang wajar dan pasti akan dihadapi oleh setiap pebisnis.

Perusahaan membutuhkan informasi-informasi mengenai data perusahaan pesaing guna merencanakan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk bersaing secara efektif. Selain itu, diperlukan juga perbandingan produk, harga, saluran distribusi, dan promosi yang dilakukan perusahaan dengan pesaing terdekat. Hal ini dapat membuat perusahaan mengetahui keunggulan bersaing maupun kelemahannya.

Dari observasi yang dilakukan oleh penulis menetapkan beberapa pesaing potensial. Dalam analisisnya, penulis memilih beberapa faktor yang menjadi acuan dalam menentukan kekuatan dan kelemahan para pesaingnya, yaitu harga, lokasi,



kualitas produk dan promosi. Berikut adalah hasil pengamatan dari pesaing-pesaing

Ⓒ potensial Toko Keripik Pisang Tepung De'lis :

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. Nama Toko : Keripik Pisang Yen-Yen
- Harga : Relatif mahal
- Lokasi : Jl. Ikan Kakap No.86, Pesawahan, Teluk Betung Sel., Kota Bandar Lampung, Lampung 35221, Indonesia
- Kualitas Produk : Baik, bubuk coklat memiliki rasa yang enak dan tebal di tiap keripiknya
- Promosi : Sudah Baik
2. Nama Toko : Keripik Pisang Suseno
- Harga : Relatif mahal
- Lokasi : Jl. Hayam Wuruk 145 Bandar Lampung, Lampung Telp. (0721) 268763, 48559
- Kualitas Produk : Cukup Baik karena bubuk coklat tidak membuat eneg .
- Promosi : Sudah Baik

Ⓒ Analisis *Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal* (PESTEL)

Analisis PESTEL merupakan analisis eksternal yang berada di luar perusahaan yang dapat menjadi peluang agar perusahaan atau bisnis dapat berkembang dan juga dapat menjadi ancaman bagi jalannya bisnis, karena dengan melakukan analisis PESTEL perusahaan dapat mengetahui segala risiko dan juga potensi suatu bisnis yang terkait dengan lingkungan eksternal.

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.

Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap toko Keripik Pisang Tepung

De'Is yang dilakukan oleh penulis:

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. *Politic* (Politik)

Politik mungkin salah satu faktor yang dapat mempengaruhi dalam bisnis. Toko Keripik Pisang Tepung De'Is terikat dengan Peraturan Pemerintah dalam menjalankan usahanya. Toko Keripik Pisang Tepung De'Is merupakan usaha kecil harus menaati Undang-Undang no 20 tahun 2008 tentang kriteria usaha dengan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Dalam industri makanan dan minuman, Keripik Pisang Tepung De'Is saat ini memiliki izin usaha perdagangan (SIUP) kecil, hal ini merupakan keuntungan bagi Keripik Pisang De'Is. Perubahan jenis usaha dapat terjadi sewaktu-waktu jika ada peraturan dari Menteri Perdagangan untuk klasifikasi SIUP.

2. *Economy* (Ekonomi)

Pertumbuhan ekonomi yang meningkat, maka daya beli konsumen juga akan berkembang. Hal ini terjadi ketika pertumbuhan ekonomi yang berdampak positif pada masyarakat maka bisnis juga akan semakin meluas dikarenakan kenaikan pendapatan. Namun, jika yang terjadi sebaliknya maka setiap pengusaha yang ada harus berhati-hati karena dapat ikut berdampak pada bisnisnya. Tingkat pertumbuhan ekonomi yang baik secara tidak langsung akan meningkatkan kebutuhan masyarakat akan makanan yang berujung pada





meningkatnya kekuatan daya beli masyarakat. Hal ini dapat menjadi peluang bagi Keripik Pisang Tepung De'lis.

3. **Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Social (Sosial)

Sosial budaya merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan hidup suatu bisnis. Pendirian usaha roti semakin menjamur beberapa tahun belakangan ini. Yang menarik minat pelanggan adalah selera budaya terhadap cita rasa lokal. Masyarakat saat ini dimanjakan dengan hal seperti itu. Dengan kondisi tersebut, maka penulis menganalisis bahwa faktor ini dapat memberikan peluang yang baik karena menggunakan konsep tersebut sehingga dapat menarik minat konsumen.

4. *Technology (Teknologi)*

Usaha bisnis Keripik Pisang Tepung De'lis dalam proses produksinya masih mengandalkan tenaga manusia dan alat tradisional. Tidak menutup kemungkinan Toko Keripik Pisang Tepung De'lis akan menggunakan teknologi modern ke depannya apabila terdapat inovasi baru dalam proses produksinya. Hal ini dapat menjadi keuntungan bagi jalannya usaha tanpa perlu lagi menggunakan tenaga manusia.

5. *Environment (Lingkungan)*

Faktor lingkungan sangat menentukan apakah bisnis yang didirikan bisa berjalan atau tidak, karena lingkungan sekitar usaha bisnis harus memiliki dampak yang positif bagi keberlangsungan usaha kedepannya, di mana lokasi yang strategis, antusias masyarakat terhadap penjualan produk makanan, dan juga lokasi yang tidak mudah banjir menjadi hal yang perlu diperhatikan bagi pelaku bisnis. Keripik Pisang Tepung De'lis menjalankan bisnisnya dikawasan yang terbilang startegis karena merupakan jalan menuju bandara dan bebas

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.



banjir juga jauh dari kepadatan lalu lintas, hal tersebut menjadi peluang bagi Keripik Pisang De'Iis.

6. *Legal* (Legalitas)

Dalam menjalankan Toko bisnis Keripik Pisang Tepung De'Iis penulis harus memperhatikan peraturan pemerintah. Pemerintah telah membuat peraturan perundang-undangan yang mengatur regulasi perizinan pendirian industri makanan dan minuman. Toko Keripik Pisang Tepung De'Iis yang bergerak dalam industri makanan diharuskan untuk memperoleh sertifikat halal dari LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika). Sertifikat ini harus diperbaharui setiap 2 tahun. Sertifikat ini harus diperoleh Keripik Pisang Tepung De'Iis untuk dapat menjalankan usahanya. Tidak adanya sertifikat ini dapat menjadi ancaman bagi Keripik Pisang Tepung De'Iis. Penulis juga harus memperhatikan peraturan pemerintah tentang ketenagakerjaan. Tentang hak dan kesempatan kerja yang sama, jam kerja seorang karyawan, dan hak untuk mendapatkan upah juga harus diperhatikan.

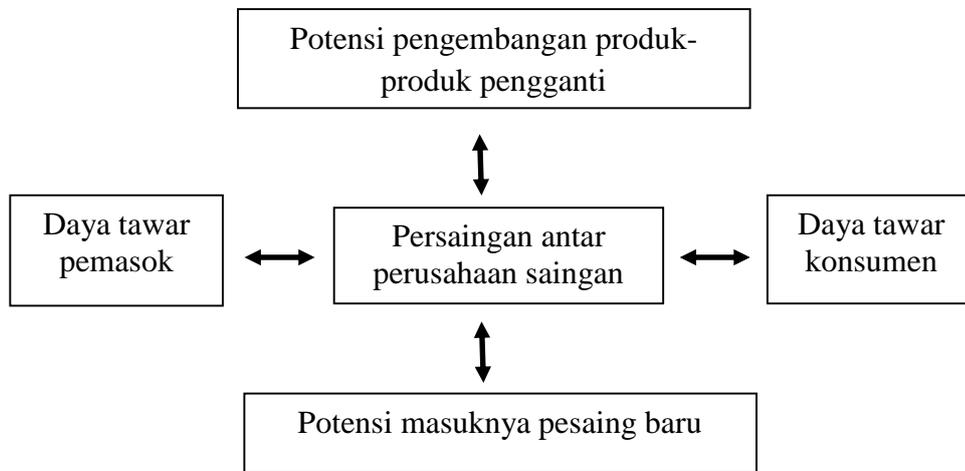
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter Five Forces Business Model)

Menurut Fred R. David (2013:106), “lima kekuatan Porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri.” Berikut lima model kekuatan utama dalam persaingan industri :

Gambar 3.1

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



Sumber : Fred R. David (2013 :106), *Strategic Management*

Penjelasannya sebagai berikut :

1. Persaingan Antar Perusahaan

Persaingan antar perusahaan adalah perusahaan yang menawarkan produk dan atau jasa yang sejenis. Jika dibandingkan dengan kekuatan lain, persaingan antar perusahaan sejenis merupakan kekuatan yang paling besar dalam model ini. Strategi yang dijalankan oleh perusahaan harus memberikan keunggulan kompetitif dibanding dengan strategi yang dijalankan oleh pesaing.

Dalam menjalankan bisnisnya, Keripik Pisang Tepung De'Iis akan bersaing dengan Keripik Pisang Yen-Yen dan Keripik Pisang Suseno. Tingkat persaingan ini cukup tinggi karena masing-masing toko memiliki keunggulan masing-masing. Keripik Pisang Yen-Yen memiliki keunggulan dalam merek yang sudah dikenal. Sedangkan Keripik Pisang Suseno memiliki keunggulan dengan citarasanya yang menarik. Keunggulan dari Keripik Pisang Tepung De'Iis adalah inovasi baru dari keripik pisang, serta harga yg lebih rendah dibandingkan Keripik Pisang Yen-Yen dan Keripik Pisang Suseno.

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





2. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Industri makanan kuliner masih sangat potensial untuk dimasuki oleh pesaing baru. Sehingga strategi yang dapat dilakukan oleh penulis adalah dengan menguatkan *brand image* terhadap konsumen dan melakukan inovasi produk sehingga konsumen tetap loyal terhadap produk.

Masuknya pesaing baru dalam bisnis cukuplah besar. Banyak pesaing baru yang bermunculan dengan menawarkan kelebihan masing-masing. Mengingat modal untuk pembuatan bisnis ini tidak terlalu mahal. Namun, tidak semua dari usaha ini dapat dikenal oleh masyarakat secara umum. Faktor pemasaran menjadi hal penting agar nama perusahaan diingat oleh calon konsumen. Untuk menghadapi persaingan yang terjadi di pasar penulis melakukan beberapa strategi pemasaran untuk merebut pasar yaitu dengan pemasaran melalui media sosial lebih aktif.

Potensi Pengembangan Produk-produk Pengganti

Produk substitusi dapat menjadi ancaman yang kuat apabila produk dan atau jasa tersebut dapat menjadi alternatif secara penuh bagi konsumen. Produk pengganti biasanya muncul karena produk utama memiliki harga yang mahal sehingga banyak orang yang mencoba untuk membuat produk pengganti. Ancaman dari produk pengganti sangat besar karena banyaknya orang yang bisa membuat kripik pisang. sehingga, strategi yang digunakan oleh Keripik Pisang Tepung De'Is adalah tetap menjaga kualitas produk serta mengencarkan promosi di media sosial.

© 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. Daya Tawar Pemasok

- C** Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Keripik Pisang Tepung De’lis memiliki banyak pemasok untuk bahan baku dan juga perlengkapan yang selalu digunakan dalam kebutuhan penjualan sehari-hari. Pemasok dapat mempengaruhi industri dengan kemampuan mereka untuk menaikkan atau menurunkan harga dan kualitas bahan baku, sehingga penulis harus menjaga hubungan baik dengan *supplier* demi mendapatkan kualitas bahan baku yang terbaik dan harga yang stabil.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Daya Tawar Konsumen

Konsumen akan mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhannya dengan harga yang sesuai. Untuk itu diperlukan adanya daya tarik khusus untuk konsumen serta mengerahkan layanan yang maksimal untuk konsumen. Dari sisi harga, konsumen saat ini sangat pintar dalam hal membandingkan rasa dan harga dari sebuah produk, sehingga Keripik Pisang Tepung De’lis sangat mengutamakan kualitas rasa yang ditawarkan dengan harga yang diberikan harus sesuai agar konsumen tidak merasa kecewa dengan apa yang mereka dapat dan dengan apa yang mereka keluarkan.

E Analisis Posisi Dalam Persaingan

Menurut Kotler dan Keller (2012:332) sebuah produk memiliki siklus hidup, yang berarti mengatakan tentang empat hal berikut:

1. Produk mempunyai usia yang terbatas.
2. Penjualan produk melalui tahap-tahap yang berbeda, setiap tahap mempunyai tantangan yang berbeda, peluang, dan masalah terhadap penjual.

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



3. Laba naik dan turun pada berbagai tahap siklus hidup produk.
4. Produk memerlukan strategi pemasaran, keuangan, manufaktur, pembelia, dan sumber daya manusia yang berbeda dalam setiap tahap siklus produk.

Dalam siklus hidup produk umumnya dapat digambarkan ke dalam kurva siklus hidup produk. Kurva tersebut menggambarkan tahapan-tahapan dalam produk yang terdiri atas empat tahap. Keempat tahapan tersebut meliputi tahap pengenalan produk (*Introducing*), tahap pertumbuhan produk (*Growth*), tahap kedewasaan produk (*Maturity*), dan tahap penurunan produk (*Decline*). Berikut adalah penjelasan mengenai empat tahapan dalam siklus hidup produk:

1. *Introduction* (pengenalan)

Periode pertumbuhan penjualan lambat ketika produk diperkenalkan di pasar. Tidak ada laba karena pengeluaran yang besar untuk pengenalan produk.

2. *Growth* (Pertumbuhan)

Periode penerimaan pasar yang cepat dan peningkatan laba yang substansial.

3. *Maturity* (kedewasaan)

Penurunan pertumbuhan penjualan karena produk telah diterima oleh sebagian besar pembeli potensial. Laba stabil atau turun karena persaingan meningkat.

4. *Decline* (penurunan)

Penjualan memperlihatkan penurunan dan laba terkikis.

Berdasarkan teori di atas, posisi Keripik Pisang Tepung De'Iis masuk pada tahapan *introduction* (pengenalan), sedangkan untuk Keripik Pisang Yen-Yen dan Keripik Pisang Suseno masuk ke dalam tahap *growth* (pertumbuhan).



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

Menurut Fred R. David (2013:113) , “*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm’s strategic position*”. Yang artinya CPM adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki. Berikut adalah tabel analisis CPM Keripik Pisang Tepung De’Iis:

Tabel 3.1

***Competitive Profile Matrix* Keripik Pisang Tepung De’Iis**

<i>Competitive Profile Matrix</i> Keripik Pisang Tepung De’Iis							
<i>Critical Success Factor</i>	<i>Weight</i>	Rencana Keripik Pisang Tepung De’Iis		Keripik Pisang Yen-yen		Keripik Pisang Suseno	
		<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Score</i>
Kualitas Produk	0.3	4	1.2	4	1.2	4	1.2
Harga Kompetitif	0.2	4	0.8	3	0.6	3	0.6
Variasi Produk	0.2	3	0.6	4	0.8	3	0.6
Lokasi Strategis	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Merek	0.2	2	0.4	3	0.6	3	0.6
	1		3.3		3.5		3.3

Sumber : Keripik Pisang Tepung De’Iis

Tabel *Competitive Profil Matrix* (CPM) di atas terdiri dari beberapa faktor.

Setiap faktor kunci yang ada diberikan sejumlah nilai bobot (*weight*), di mana semakin besarnya nilai ini menunjukkan bahwa semakin besar juga pengaruhnya.

Total nilai dari seluruh pembobotan harus berjumlah satu. *Rating* yang merupakan penilaian dari satu sampai empat untuk masing-masing perusahaan, angka satu menunjukkan bahwa perusahaan tidak memiliki kontrol yang baik terhadap faktor

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.



tersebut, dan angka empat yang menunjukkan perusahaan memiliki kontrol yang sangat baik terhadap faktor tersebut. Dan juga *score* yang merupakan pengalian antara *weight* dan *rating* dari masing-masing perusahaan, perusahaan yang memiliki total score yang tertinggi adalah perusahaan yang unggul. Berikut adalah penjelasan mengenai posisi dan pesaing Keripik Pisang Tepung De'Iis berdasarkan **Tabel 3.1**, sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Kualitas Produk

Kualitas Produk yang baik akan membuat konsumen untuk datang kembali. Kualitas Produk berperan penting untuk memberi kesan pada pelanggan. Berdasarkan hasil analisis kualitas produk menjadi hal paling penting untuk diperhatikan. Pada tabel CPM di atas penulis memberi bobot 0.3. Baik Keripik Pisang Tepung De'Iis, Keripik Pisang Yen-Yen, dan Keripik Pisang Suseno mendapat *rating* 4 karena rasa yang enak serta bahan yang digunakan terjamin kualitasnya.

2. Harga

Harga adalah hal yang dilihat oleh konsumen sebelum membeli suatu produk. Jika harga yang tidak sesuai dengan kemampuan konsumen maka produk yang dijual akan susah untuk bersaing didalam pasar. Pada tabel CPM di atas dapat dilihat bahwa harga memiliki bobot kedua tertinggi yakni, 0.2. Sehingga dapat dikatakan harga menjadi salah satu faktor yang penting bagi bisnis ini. *Rating* dari Keripik Pisang Tepung De'Iis sebesar 4 karena harga yang lebih murah dari Keripik Pisang Yen – Yen dan Keripik Pisang Suseno sebesar 3, karena harga yang ditawarkan dapat dikatakan hampir bersaing.

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.



Harga yang ditawarkan oleh Keripik Pisang Yen – Yen untuk kemasan paling kecilnya 250gr yaitu Rp14.000, sedangkan untuk 200gr Keripik Pisang Suseno menawarkan harga Rp16.500. Sedangkan Keripik Pisang Tepung De’Iis memiliki *rating* 4 karena harga yang jauh lebih murah yaitu Rp10.000 untuk 250gr.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Variasi Produk

Dalam bisnis kuliner yang terfokus pada camilan keripik pisang, agar tetap mampu bersaing perlu melakukan strategi variasi rasa agar dapat menarik perhatian konsumen sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Pada table CPM diatas penulis memberi bobot 0,2. Keripik Pisang Tepung De’Iis mendapat *rating* 3 karena memiliki variasi rasa yang belum dimiliki oleh pesaingnya yaitu rasa coklat caramel, coklat original, greentea, keju pedas, balado, dan durian. Namun Keripik Pisang Yen-yen mendapat *rating* 4 karena memiliki variasi produk yang lebih banyak dibandingkan dengan Keripik Pisang Tepung De’Iis dan Keripik Pisang Suseno yaitu 12 rasa terdiri dari rasa manis, asin, sapi panggang, coklat, susu, strawberry, jagung bakar, melon, moka, keju, durian, dan barbeque. Sedangkan Keripik Pisang Suseno mendapat *rating* 3 dengan variasi rasa coklat caramel, coklat original, keju, asin, dan manis.

4. Lokasi Strategis

Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau menjadi faktor yang menentukan keberlangsungan hidup dari suatu usaha. Lokasi yang strategis diharapkan dapat mendatangkan konsumen lebih banyak. Keripik Pisang

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.



Tepung De'lis, Keripik Pisang Yen-Yen, dan Keripik Pisang Suseno mendapatkan rating 3, karena berada ditempat tempat yang strategis. Keripik Pisang Yen-Yen dan Keripik Pisang Suseno dapat ditemui disupermarket besar atau dipelabuhan. Beda halnya dengan Keripik Pisang Tepung De'lis, lokasi yang digunakan merupakan jalan menuju bandara, sehingga menjadi keuntungan agar dapat mudah dijangkau oleh konsumen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Merek

Keripik Pisang Tepung De'lis masih tergolong baru sehingga merek yang belum dikenal oleh masyarakat, berbeda dengan para pesaing yang sudah mulai menjalankan usaha keripik pisang terlebih dahulu. Pada poin ini merek dijadikan satu dengan pengalaman. Penulis memberikan *rating* paling rendah kepada Keripik Pisang Tepung De'lis yaitu 2, sedangkan untuk Keripik Pisang Yen-Yen dan Keripik Pisang Suseno mendapat nilai 3 karena merek yang sudah dikenal oleh masyarakat Lampung. Merek yang belum dikenal bukanlah masalah besar hal tersebut dapat diatasi dengan promosi dan beberapa hal penunjang lainnya.

G Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) / SWOT

Matrix

Menurut Fred R. David (2013:206) SWOT Matrix 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*

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



Threat (Kelemahan dan Ancaman). Berikut adalah analisis SWOT / Matrix SWOT

Ⓢ Keripik Pisang Tepung :

Ⓢ 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. *Strengths* (Kekuatan)
 - a. Variasi rasa yang ditawarkan Keripik Pisang Tepung De'Is belum ada dipasaran.
 - b. Lokasi usaha yang strategis.
 - c. Kualitas produk yang ada pada keripik pisang tepung ini terjamin, sebab dalam proses pembuatan, kebersihan dan ke higienisan sangat diutamakan.
 - d. Harga Keripik Pisang Tepung De'Is cukup murah dan dapat dijangkau oleh berbagai kalangan.
 - e. Penggunaan bahan baku yang berkualitas.
 - f. Keripik Pisang Tepung De'Is merupakan varian baru dari keripik pisang.
2. *Weakness* (Kelemahan)
 - a. Merek yang belum dikenal oleh masyarakat.
 - b. Manajemen yang masih kurang pengalaman dalam bisnis kuliner.
 - c. Bahan baku pisang yang mudah rusak
 - d. Keripik mudah rusak apabila disimpan dengan cara yang salah seperti ditumpuk atau diletakkan sembarangan / kelembaban.
3. *Opportunities* (Peluang)
 - a. Varian baru yang belum pernah ada untuk keripik pisang.
 - b. Permintaan pasar akan keripik pisang yang tak pernah berhenti.
 - c. Bahan baku yang relatif mudah didapatkan.

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. Gaya hidup masyarakat yang cenderung konsumtif sehingga mempermudah pemasaran.

e. Selera masyarakat yang masih mencari cita rasa lokal.

4. *Threats* (Ancaman)

a. Potensi adanya pesaing yang meniru produk dan inovasi produk.

b. Naiknya harga bahan baku karena jumlahnya semakin sedikit dan terbatas

Tabel 3.2

Matrix SWOT Keripik Pisang Tepung De'Is

Internal	Strength(S)	Weakness(W)
	1. Variasi rasa yang belum ada dipasaran 1a. Kualitas produk yang baik karna kebersihan yang selalu dijaga 1c. bahan baku yg berkualitas 2. Harga yang dapat dijangkau oleh berbagai kalangan 3. Keripik ini merupakan varian baru dari keripik pisang 4. Lokasi Usaha yang strategis 5. Pelayan yang cepat dan ramah	1. Merek yang belum dikenal oleh masyarakat 1. Manajemen yang masih kurang pengalaman di bisnis kuliner. 2. Bahan baku pisang yang mudah rusak. 3. Keripik mudah rusak apabila disimpan dengan cara yang salah seperti ditumpuk atau diletakan sembarangan.
Eksternal	Opportunities(O)	Strategi WO
	1. Varian baru yang belum pernah ada untuk keripik pisang 2. Permintaan pasar akan keripik pisang yang tak pernah redup. 3. Bahan baku yang relatif mudah didapatkan.	1. Memaksimalkan pemasaran diLampung melalui media sosial.(W1,O1) 2. Memperhatikan dan cepat tanggap terhadap perkembangan selera masyarakat dan melakukan penyesuaian. (W2,O4)
	Threat(T)	Strategi WT
	1. Potensi adanya pesaing yang meniru produk dan inovasi produk 2. Naiknya harga bahan baku karena jumlahnya semakin sedikit dan terbatas.	1. Membangun citra yang baik untuk produk yang dihasilkan (W1,T1) 2. Melakukan evaluasi kinerja manajer maupun karyawan setiap minggu dan melakukan perbaikan. (W2, T1)

Sumber: diolah penulis, 2017

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 mengumumkkan 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

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.