



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Persaingan yang ada di antara industri sejenis berguna untuk dijadikan sebagai acuan untuk mengetahui kondisi pasar dan menyesuaikan dengan perubahan. Oleh karena itu, sebelum memasuki industri dari sebuah usaha, ada baiknya seorang pengusaha melakukan analisis terlebih dahulu, hal ini dilakukan agar pengusaha mengetahui dengan besar seluk beluk di dalam industri, siapa saja pesaing-pesaingnya, dan dapat membuat perencanaan terfokus pada tren yang berkembang saat ini. Selain itu dengan melakukan analisis pelaku usaha dapat melihat peluang-peluang yang berpotensi untuk meningkatkan keunggulan bersaing usaha ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat setiap waktu. Tanpa dilakukannya analisis terlebih dahulu suatu bisnis tidak dapat diprediksikan apa yang akan terjadi kedepannya. Analisis industri memberikan banyak hasil penelitian yang akan sangat berguna bagi suatu bisnis untuk jangka panjang. Analisis industri juga dapat memberi tahu apakah suatu bisnis dapat bertahan dan bersaing dengan para pesaing terdekatnya.

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Dalam memulai suatu usahanya seseorang harus dapat melihat suatu analisis tren pertumbuhan industri untuk melihat kelayakan suatu bisnis. Menurut Kotler dan Keller (2009:79), tren adalah arah atau urutan kejadian yang memiliki momentum dan durabilitas. Tren juga dapat memberikan arahan strategis untuk kedepannya.

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.



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Persaingan yang ada di antara industri sejenis berguna untuk dijadikan sebagai acuan untuk mengetahui kondisi pasar dan menyesuaikan dengan perubahan. Oleh karena itu, sebelum memasuki industri dari sebuah usaha, ada baiknya seorang pengusaha melakukan analisis terlebih dahulu, hal ini dilakukan agar pengusaha mengetahui dengan besar seluk beluk di dalam industri, siapa saja pesaing-pesaingnya, dan dapat membuat perencanaan terfokus pada tren yang berkembang saat ini. Selain itu dengan melakukan analisis pelaku usaha dapat melihat peluang-peluang yang berpotensi untuk meningkatkan keunggulan bersaing usaha ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat setiap waktu. Tanpa dilakukannya analisis terlebih dahulu suatu bisnis tidak dapat diprediksikan apa yang akan terjadi kedepannya. Analisis industri memberikan banyak hasil penelitian yang akan sangat berguna bagi suatu bisnis untuk jangka panjang. Analisis industri juga dapat memberi tahu apakah suatu bisnis dapat bertahan dan bersaing dengan para pesaing terdekatnya.

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Dalam memulai suatu usahanya seseorang harus dapat melihat suatu analisis tren pertumbuhan industri untuk melihat kelayakan suatu bisnis. Menurut Kotler dan Keller (2009:79), tren adalah arah atau urutan kejadian yang memiliki momentum dan durabilitas. Tren juga dapat memberikan arahan strategis untuk kedepannya.

© Hak cipta milik IBIKK (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.



Dewasa ini bisnis kuliner adalah bisnis yang berkembang di Indonesia. Menurut Kasubdit Dana Masyarakat Direktorat Akses Non Perbankan Badan Ekonomi Kreatif Hanifah Makarim mengatakan usaha kuliner di Indonesia yang pasti lebih berkembang dari tahun-tahun sebelumnya. Hal itu bisa dilihat dari adanya usaha kuliner baru, restoran baru, hingga makanan baru sehingga menggembirakan.

Sumber : republika.go.id

Kuliner sudah tidak dipandang hanya sebagai pemenuh kebutuhan pangan, tetapi sudah menjadi tren dalam gaya hidup. Antusiasme para konsumen pada sesuatu hal yang inovatif, memunculkan ide-ide dari pendiri bisnis, khususnya bidang kuliner seperti produk kuliner, agar mampu dilirik oleh konsumen. Selain produk-produk kuliner yang bermunculan, tren yang saat ini berkaitan erat dengan kuliner adalah tempat yang menarik. Jadi, dengan produk kuliner yang beredar ditambah dengan lokasi yang menarik, biasa menjadi daya tarik para konsumen untuk mendatangi tempat tersebut.

Kementerian Perindustrian (Kemenperin) menyatakan, industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang berkontribusi besar pada industri. Kemenperin mencatat sepanjang tahun 2018, industri makanan dan minuman mampu tumbuh sebesar 7,91 persen serta mampu melampaui pertumbuhan ekonomi nasional di angka 5,17 persen.

Sumber : kemenperin.go.id

Berdasarkan data, pada triwulan I 2020, sektor industri makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 36,4% terhadap PDB manufaktur. Pada periode yang sama, pertumbuhan sektor industri ini mencapai 3,9%. "Sektor unggulan ini mampu menunjukkan geliatnya menembus pasar internasional di tengah pandemi Covid-19," tambahnya.

Sumber : wartaekonomi.co.id

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.



B. Analisis Pesaing

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tidak ada usaha yang lepas dari sebuah persaingan. Perkembangan teknologi menyebabkan pertumbuhan industri, tak terlepas pada bidang kuliner. Maka dari itu penting adanya sebuah nilai kreativitas dalam sebuah usaha dan inovasi, agar konsumen tidak merasa bosan atau jenuh dengan produk yang ada sekarang, keberhasilan suatu bisnis dapat terjadi ketika perusahaan mampu membaca kekurangan dan kelebihan pesaing dan memanfaatkannya untuk mengembangkan strategi yang tepat untuk menghadapi dan memenangkan persaingan bisnis. Perusahaan membutuhkan data dan informasi mengenai para pesaing di sekitar lokasi usaha yang akan didirikan, seperti perbandingan produk yang digunakan, harga yang ditawarkan, dan strategi pemasaran yang digunakan.

Hal ini dibutuhkan karena dengan menggunakan data tersebut, dapat dilakukan analisis serta perbandingan kelebihan apa yang dimiliki usaha tersebut, serta kelemahannya supaya usaha yang baru akan didirikan mampu menyaingi kelebihan pesaing, serta menghindari melakukan tindakan kurang efektif yang telah dilakukan pesaing. Dari analisis yang dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa pesaing potensial yang mampu mengungguli Loco, baik dari segi internal maupun eksternal perusahaan. Beberapa faktor menjadi acuan dalam menentukan kelebihan dan kekurangannya, seperti harga, lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi, serta kenyamanan tempat. Berikut adalah tabel hasil pengamatan penulis :

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 3.1

Analisis Pesaing Loco

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

| Pesaing | Keunggulan | Kelemahan |
|-------------------|--|--|
| Taco Local | <ul style="list-style-type: none"> • Telah dikenal masyarakat • Kualitas produk sangat baik • Tempat nyaman • Promosi gencar • Lokasi strategis | <ul style="list-style-type: none"> • Harga relatif mahal • Proses pembuatan cukup lama • Pemasaran yang kurang aktif • Pelayanan kurang baik |
| Chileco | <ul style="list-style-type: none"> • Telah dikenal masyarakat • Harga relatif murah • Pelayanan baik, dan ramah | <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas produk kurang baik • Promosi kurang gencar. • Tempat kurang nyaman • Lokasi kurang strategis |

Sumber : Observasi Penulis

C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL adalah analisis eksternal perusahaan untuk dapat melihat kesempatan yang ada di pasar serta ancaman yang harus dihindari agar berubah menjadi peluang untuk Loco kedepannya. Analisis ini dibuat untuk dapat menggali potensi dari bisnis ini. Berikut ini adalah hasil analisis PESTEL terhadap Loco yang telah dilakukan:

1. *Politic* (Politik)

Politik merupakan faktor yang mungkin mempengaruhi dalam bisnis, kondisi tertentu politik akan berpengaruh. Jika terjadi masalah dan menyebabkan perang atau kerusuhan aktivitas bisnis akan melambat dan akhirnya berhenti sehingga memberikan dampak negatif bagi seluruh sektor

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.



industri. Investor akan pergi menyebabkan kehilangan sebagian sumber dana dan ketika sumber dana berkurang, kemampuan produsen untuk memproduksi barang akan menjadi sulit yang berdampak terhadap produksi, karena tidak adanya daya beli untuk melakukan produksi.

Akibat adanya kelangkaan bahan baku dapat menyebabkan peningkatan harga bahan baku yang akan digunakan oleh Loco. Hal ini dapat menyudutkan Loco untuk mengambil tindakan, yaitu kenaikan harga dan tindakan ini dapat mendorong konsumen pergi dari Loco. Hal ini dapat menjadi sebuah ancaman untuk Loco. Dalam keadaan sebaliknya, jika kondisi politik stabil, harga bahan baku turun dan stabil, dan hal ini yang menjadi kesempatan bagi Loco untuk mendapatkan profit atau keuntungan yang lebih tinggi.

2. *Economics* (Ekonomi)

Faktor ekonomi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi setiap pelaku bisnis, tidak terkecuali bisnis makanan dan minuman, salah satunya adalah inflasi. Perubahan laju inflasi di Indonesia harus diperhatikan, karena peningkatan harga secara umum dan berkelanjutan dapat memberi dampak negatif terhadap kemajuan usaha baik saat ini, maupun di masa mendatang. Dapat dilihat pada **tabel 3.2** merupakan tingkat laju inflasi yang terjadi pada tahun 2016-2020

© 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.



Tabel 3.2

Laju Inflasi Indonesia 2016-2020

| Tahun | Tingkat Inflasi (%) |
|-------|---------------------|
| 2016 | 3.02 |
| 2017 | 3.61 |
| 2018 | 3.13 |
| 2019 | 2.72 |
| 2020 | 1.23 |

Sumber : bps.go.id

Kenaikan inflasi dapat menyebabkan kenaikan harga barang-barang secara menyeluruh. Hal ini dapat mempengaruhi bisnis Loco karena akan mempengaruhi harga bahan baku sehingga harga produksi dan harga jual ikut meningkat. Jika harga jual meningkat, dapat menambah resiko hilangnya minat pelanggan untuk membeli produk Loco.

Peningkatan harga jual juga dapat menyebabkan turunnya daya beli masyarakat sehingga *demand* menurun. Selain itu hal yang perlu diperhatikan juga dari sudut pandang ekonomi adalah rata-rata pendapatan perkapita penduduk Indonesia. Berikut adalah pendapatan perkapita di Indonesia tahun 2015-2019 :

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

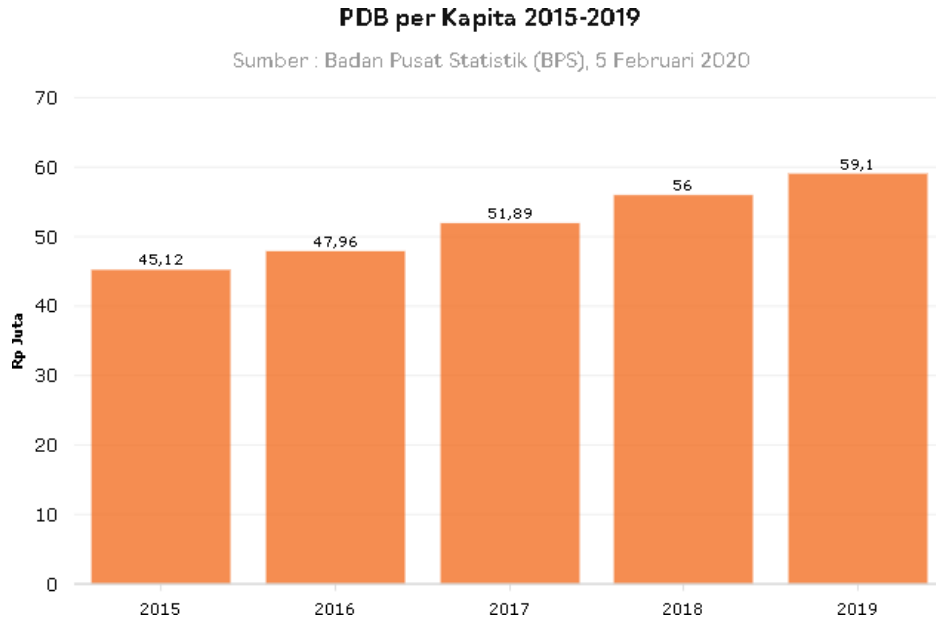
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Gambar 3.1

Pendapatan Perkapita Indonesia (2015-2019)



Sumber : databoks.katadata.go.id

Dilihat dari **Gambar 3.1** tingkat pendapatan perkapita di Indonesia meningkat cukup pesat tiap tahunnya, akan tetapi pada tahun 2019 terjadi peningkatan yang tidak terlalu tinggi dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini dapat diartikan bahwa kondisi ekonomi pada tahun 2019 lebih baik dari sebelumnya akan tetapi peningkatannya tidak lebih baik dari tahun 2017 ke tahun 2018, tetapi grafik yang terus meningkat dapat diartikan kondisi ekonomi di Indonesia masih cukup baik, yang akan mempengaruhi daya beli masyarakat, dan mampu memberi dampak yang baik ke sektor bisnis dan terutama bisnis makanan dan minuman.

3. *Social* (Sosial)

Sosial budaya sangat mempengaruhi pola pikir, pola sikap, dan pola tingkah laku, serta reaksi dari masing- masing individu terhadap berbagai macam kondisi. Pada zaman ini, perkembangan teknologi sangat

© 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.



mempengaruhi gaya hidup masyarakat, termasuk dalam bidang kuliner, dengan munculnya persaingan dari berbagai *food blogger* dan *food critics* yang lebih mengarah ke sudut pandang konsumen menyebabkan dibutuhkanannya sesuatu yang unik dan menarik.

Dewasa ini, kebanyakan makanan yang dicari oleh masyarakat adalah sesuatu yang enak dengan harga yang terjangkau. Banyak juga pekerja yang mencari makanan yang mudah untuk dibawa dengan menggunakan kemasan yang fleksibel, dan hal ini juga tidak terlepas dari penggunaan media sosial dalam kesehariannya. Selain itu, masyarakat Indonesia juga tidak dapat terlepas dari belenggu budaya, mudah sekali bagi masyarakat Indonesia untuk terkena *culture shock* sehingga tidak menutup kemungkinan seseorang untuk menolak sesuatu yang dirasa janggal atau tidak familiar dengan apa yang biasa dirasakan.

Maka dari itu, Loco menawarkan sebuah pengalaman yang unik dengan cara mengeksplorasi budaya internasional dengan transportasi lokal, dalam arti produk yang berasal dari budaya luar dengan gabungan citarasa lokal sehingga konsumen masih memiliki gambaran tentang produk Loco. Selain itu Loco juga menyediakan fasilitas yang mendukung kenyamanan dan ketertarikan konsumen.

4. *Technology* (Teknologi)

Perkembangan teknologi saat ini telah berkembang dengan pesat, dimulai dari gaya hidup, yang biasanya masyarakat harus pergi ke pusat perbelanjaan untuk membeli kebutuhan sehari-hari, hingga promosi yang dahulu menggunakan brosur fisik, sekarang masyarakat dapat berbelanja

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.



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

serta mendapatkan informasi melalui media sosial, atau media online tanpa perlu pergi keluar rumah.

Karena perkembangan teknologi, menyebabkan pelaku-pelaku bisnis untuk semakin memanfaatkan teknologi yang dapat menunjang kegiatan bisnisnya. Semakin canggih teknologi yang digunakan, maka akan semakin efisien bisnis tersebut berjalan. Contohnya dalam bidang pemasaran, saat ini banyak pelaku bisnis yang menggunakan situs, aplikasi media sosial, dan forum lainnya untuk media promosi agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat.

Loco juga menggunakan teknologi dalam menjalankan bisnisnya, terutama pada bidang pemasaran, Loco memanfaatkan media sosial serta forum lainnya seperti *Zomato* dan *Google*. Hal ini dilakukan untuk menjalin hubungan dengan konsumen, dengan mempublikasikan foto, video, dan informasi- informasi terkait Loco sehingga mudah dikenal dan menarik untuk diikuti oleh masyarakat. Selain itu, adanya kemajuan teknologi juga dapat dimanfaatkan Loco untuk meningkatkan keuntungan dengan cara bekerja sama dengan perusahaan Go-Jek dan Grab. Dengan bekerja sama dengan kedua perusahaan tersebut, Loco dapat mempermudah konsumen untuk menikmati produk yang ditawarkan oleh Loco. Selain itu, Loco juga menawarkan berbagai macam opsi pembayaran seperti *OVO*, *Go-Pay*, dan debit. Dengan pilihan opsi pembayaran tersebut, pelanggan tidak perlu repot- repot membawa uang banyak, ataupun mengambil uang terlebih dahulu di *ATM* untuk dapat menikmati produk Loco.

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.



Loco juga akan menggunakan sistem *Point Of Sales* atau yang biasa disebut sistem POS. Sistem POS dapat mempermudah aspek-aspek yang berhubungan dengan kegiatan usaha, seperti pencatatan transaksi dan diolah menjadi laporan yang mudah dianalisa, pencatatan stok dan ketersediaan produk, mencetak struk, kalkulasi otomatis harga produk serta jumlah kembalian, dan mengatur pembayaran tunai, non tunai, dan lain-lain.

5. *Environment* (Lingkungan)

Lingkungan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi aktivitas bisnis Loco. Faktor lingkungan sangat menentukan apakah bisnis yang didirikan dapat berjalan atau tidak, karena sebuah bisnis memerlukan lingkungan yang mampu memberi dampak positif terhadap keberlangsungan bisnis tersebut, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti meramaikan *traffic* secara tidak langsung, sebuah bisnis dapat menarik pelanggan unit usaha di sekitarnya. Lokasi usaha yang tidak mudah banjir serta kebersihan lingkungan sekitar juga perlu diperhatikan oleh pelaku bisnis, agar citra usaha tidak buruk di mata pelanggan, demi kepentingan pertumbuhan bisnis.

Maka dari itu, Loco akan terus mengutamakan kebersihan lingkungan kerja baik di dalam maupun diluar *food truck*. Tujuannya adalah menjaga kesehatan karyawan dan pelanggan, serta tingkat higienis produk. Selain itu lingkungan yang baik dapat menjadi sebuah nilai tambah bagi Loco di mata pelanggan. Karena sifat usaha Loco yang memiliki mobilitas tinggi, lokasi usaha dapat ditentukan pada lokasi-lokasi yang memiliki *traffic* tinggi, seperti *Sedayu City* dan PIK, dimana

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.



tersedia parkir yang luas serta lingkungan ekonomi yang mendukung karena terdapat perkantoran dan juga sebuah pusat perbelanjaan di sekitarnya, sehingga pada hari kerja dan hari libur, lingkungan sekitar akan ramai. Loco juga akan menggunakan bahan-bahan yang segar, berkualitas dan telah dicek kondisinya untuk menjaga mutu produk sehingga pelanggan merasa puas dan nyaman dengan produk serta lingkungannya.

6. *Legal* (Hukum)

Dalam menjalankan bisnis Loco, penulis harus memperhatikan dan mengikuti peraturan pemerintah. Pemerintah telah membuat peraturan perundang-undangan yang mengatur regulasi perizinan pendirian usaha. Sebuah usaha restoran bergerak harus memiliki izin merubah bentuk kendaraan. Selain itu, para pekerja juga harus mendapat gaji serta waktu kerja yang layak dan sesuai dengan peraturan pemerintah.

Loco akan mempekerjakan pekerja yang memiliki kualifikasi tertentu dan akan diberi gaji dan waktu kerja sesuai dengan peraturan pemerintah. Loco sebagai usaha restoran bergerak harus mengantongi izin dari pemerintah yaitu SKRB atau Surat Keterangan Rancang Bangun. Setelah mendapat persetujuan dari Dinas Perhubungan, Loco baru bisa mengajukan SRUT atau Surat Uji Tipe Kendaraan, dan TDRB atau Tanda Daftar Restoran Bergerak.

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

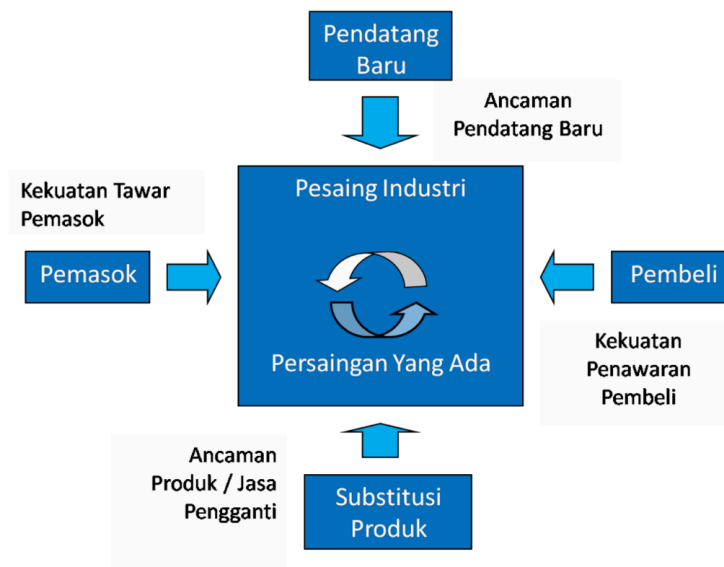
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

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

Lima kekuatan persaingan model Porter menurut Fred R. David (2017:229), “*Porter’s five forces model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries*”. Yang artinya adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Berikut ini adalah gambar dari lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam industri menurut Porter : **Gambar 3.2**

Gambar 3.2
Porter Five Forces Business Model



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

1. Persaingan Antar Perusahaan

Persaingan antar perusahaan adalah perusahaan lain yang menawarkan atau menjual produk yang sejenis dalam bisnisnya. Persaingan antar perusahaan adalah salah satu kekuatan yang memiliki dampak pada Loco. Karena perusahaan harus memberikan dan menonjolkan keunggulan



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.



kompetitif pada segala macam aspek, baik cita rasa, inovasi produk ataupun konsep dari bisnis itu sendiri agar mampu bertahan di pasar.

Loco memiliki beberapa pesaing, yaitu Taco Local, dan Chileco. Kedua pesaing ini telah memiliki keunggulan yaitu telah dikenal oleh masyarakat dan sudah terlebih dahulu memiliki eksistensi dalam pasar. Selain itu fasilitas yang dimiliki pesaing lain juga lebih unggul. Tetapi pesaing Loco memiliki kekurangan yaitu harga yang cukup mahal, dan ini menjadi peluang bagi Loco untuk hadir dan menawarkan produk yang kualitasnya mampu bersaing dengan Taco Local dan Chileco dengan harga yang lebih murah dan suasana yang lebih unik.

2. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Dalam industri kuliner banyak sekali bisnis – bisnis baru yang muncul dengan menghadirkan inovasi dengan motif mencuri pasar pesaing. Untuk itu, dibutuhkan pemasaran yang efektif, serta membangun hubungan dengan konsumen agar *brand image* perusahaan tetap ada di benak konsumen. Loco akan terus melakukan pemasaran melalui media sosial dan membuat konten yang mengajak pelanggan untuk ikut berinteraksi dengan Loco.

Selain itu, Loco juga akan bekerja sama dengan *food blogger* agar produknya lebih dikenal di pasar dan akan terus melakukan observasi pasar dengan tujuan mengetahui perkembangan tren dan produk di pasar. Ancaman pesaing baru dapat diatasi jika perusahaan mampu mendapat kepercayaan konsumen dengan konsistensi kualitas, inovasi serta promosi yang gencar terhadap produknya.

© 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.



3. Potensi Pengembangan Produk Pengganti

Adanya produk pengganti dapat menjadi ancaman yang besar bagi perusahaan jika perusahaan hanya tetap menghadirkan produk yang sama tanpa adanya perubahan atau inovasi. Produk pengganti biasanya ada karena harga produk yang telah ada lebih mahal. Ancaman produk pengganti bagi Loco cukup berat, karena mudah bagi seorang individu untuk menggunakan konsep bisnis yang serupa, dan modal yang tidak dikeluarkan terlalu besar. Karena itu, Loco akan berupaya menggunakan strategi untuk tetap menjaga kualitas produk dan hubungan baik kepada pelanggan dan karyawan Loco.

4. Daya Tawar Pemasok

Loco sebagai usaha memiliki banyak pemasok untuk kebutuhan bahan baku, diantaranya adalah daging sapi, es batu, daging ayam, telur, rempah-rempah, *packaging*, serta pemasok bahan baku lainnya. Oleh karena itu, pengaruh pemasok sangat besar terhadap kegiatan usaha Loco. Untuk itu, Loco harus menjaga komunikasi serta hubungan dengan pemasok agar terhindarnya kesalahpahaman atau perubahan harga yang tiba-tiba dan dapat mempengaruhi kegiatan usaha Loco.

5. Daya Tawar Konsumen

Daya tawar konsumen akan menjadi sangat tinggi jika banyak produk pengganti yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Karena itu, dibutuhkan sebuah daya tarik bagi suatu usaha yang mampu meningkatkan daya tawarnya sendiri dengan cara menunjukkan keunikan serta kualitas produk, dan yang terutama adalah cita rasa produk. Dari segi harga, konsumen telah mampu membandingkan harga dan rasa produk berdasarkan aplikasi

© 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.



maupun situs yang menyediakan berbagai jenis info sebuah usaha. Maka dari itu, Loco harus bisa mampu memberikan kualitas yang sebanding atau bahkan lebih tinggi dari harga yang ditawarkan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Competitive Profile Matrix menurut Fred R. David (2017:236), “*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 adalah CPM adalah alat yang mampu mengidentifikasi para pesaing berdasarkan indikator yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing di dalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasikan para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki.

Faktor keberhasilan dalam Matriks Profil Kompetitif mencakup baik isu-isu internal maupun eksternal, karenanya peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan utama. Beberapa faktor kunci keberhasilan penting yang dipertimbangkan oleh Loco adalah sebagai berikut :

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.



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.

Tabel 3.3
Competitive Profile Matrix Loco

| Faktor Kunci Sukses | Bobot | Loco | | Taco Local | | Chileco | |
|------------------------|----------|-----------|--------------|------------|--------------|-----------|--------------|
| | | Peringkat | Nilai | Peringkat | Nilai | Peringkat | Nilai |
| Cita Rasa Produk | 0.15 | 4 | 0.6 | 3 | 0.45 | 3 | 0.45 |
| Lokasi Strategis | 0.142 | 4 | 0.568 | 4 | 0.568 | 3 | 0.426 |
| Harga | 0.144 | 4 | 0.576 | 3 | 0.432 | 3 | 0.432 |
| Brand Terkenal | 0.117 | 2 | 0.234 | 4 | 0.468 | 4 | 0.468 |
| Tempat Nyaman | 0.153 | 3 | 0.459 | 4 | 0.612 | 3 | 0.459 |
| SDM Terlatih Baik | 0.148 | 3 | 0.444 | 3 | 0.444 | 3 | 0.444 |
| Pemasaran | 0.146 | 4 | 0.584 | 3 | 0.438 | 2 | 0.292 |
| TOTAL | 1 | | 3.465 | | 3.412 | | 2.971 |

Sumber : Loco

Tabel Competitive Profile Matrix (CPM) diatas terdiri dari beberapa faktor.

Setiap faktor kunci yang ada diberikan sejumlah nilai bobot (*weight*) dimana semakin besarnya nilai ini menunjukkan bahwa semakin besar juga pengaruhnya total nilai dari seluruh pembobotan harus berjumlah satu. Kemudian *rating* merupakan penilaian dari satu sampai empat untuk masing-masing perusahaan, angka satu menunjukkan bahwa perusahaan tidak memiliki kontrol yang baik terhadap faktor tersebut dan angka empat yang menunjukkan perusahaan memiliki kontrol yang sangat baik terhadap faktor tersebut. Lalu *score* merupakan perkalian antara *weight* dan *rating* dari masing-masing perusahaan, perusahaan memiliki total *score* yang tertinggi adalah perusahaan yang unggul.



Berdasarkan **Tabel 3.3**, Loco mendapatkan penilaian yang lebih unggul, yang artinya Loco memiliki peluang usaha yang besar. Namun Loco tetap harus mempersiapkan strategi – strategi pemasaran yang mampu meningkatkan penilaian terhadap Loco lebih baik lagi.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

SWOT menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2017:79), “*An overall evaluation of the company’s strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T).*”. *Strength* adalah kondisi yang menggambarkan kekuatan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini menganalisis kekuatan diperlukan untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing. Jika kekuatan perusahaan tersebut unggul dalam kualitasnya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat kualitas yang lebih baik.

Weakness adalah kondisi yang menggambarkan kelemahan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Kelemahan yang ada dapat menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan. Jika perusahaan perlu meneliti kekurangan – kekurangan yang memiliki dalam bidang pemasaran. Hal ini perlu diperhatikan agar tidak membuat perusahaan menjadi kalah saing dan mundur dibandingkan para pesaing lainnya.

Opportunities adalah gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu perusahaan dan gambar tersebut dapat memberikan peluang untuk berkembangnya suatu perusahaan di masa depan. Peluang atau kesempatan ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membantu mencapai visi, misi, dan tujuan dalam jangka panjang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Threats adalah gambaran ancaman dari suatu perusahaan dalam menjalankan suatu usaha. Dengan menganalisis ancaman, perusahaan dapat menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan yang dapat menyebabkan kemunduran suatu perusahaan.

Metode analisis ini dapat digunakan untuk mengetahui adanya kekurangan atau permasalahan dari 4 sudut pandang. Hasil dari analisis ini dapat digunakan untuk mempertahankan kekuatan atau mengembangkan kekuatan untuk menambah keuntungan sebuah perusahaan. Berikut adalah analisis SWOT Loco :

1. *Strengths* (Kekuatan)
 - a. Harga yang lebih terjangkau
 - b. Cita rasa produk yang lebih unik
 - c. Lokasi strategis
 - d. Pemasaran yang lebih baik
2. *Weakness* (Kelemahan)
 - a. Merek atau *brand* yang belum dikenal masyarakat
 - b. Kurangnya pengalaman dalam bidang manajemen
 - c. Tempat yang tidak terlalu nyaman
3. *Oppoturnities* (Peluang)
 - a. Bahan baku yang relatif mudah didapatkan
 - b. Perkembangan teknologi dan informasi
 - c. Gaya hidup masyarakat yang cenderung mengikuti tren yang ada di media sosial
 - d. Adanya kerjasama dengan beberapa perusahaan seperti Gojek dan *Grab* untuk mempermudah akses masyarakat untuk mendapatkan produk

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. *Threats* (Ancaman)
 - a. Modal yang tidak terlalu besar dan konsep yang mudah ditiru mempermudah pesaing baru untuk masuk ke bidang ini
 - b. Selera masyarakat yang selalu berubah seiring berjalannya waktu
 - c. Keadaan ekonomi yang kurang stabil
 - d. Inovasi produk oleh pesaing lama

Masing masing komponen SWOT dapat dianalisa menggunakan tabel matrix

SWOT. Berikut adalah tabel matrix SWOT :

© 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.



Tabel 3.4

Matrix SWOT Loco

| | | |
|-----------|---|---|
| Internal | Strengths | Weakness |
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang lebih terjangkau 2. Cita rasa produk yang lebih unik 3. Lokasi Strategis 4. Pemasaran yang lebih baik | <ol style="list-style-type: none"> 1. Merek atau <i>brand</i> yang belum dikenal masyarakat 2. Kurangnya pengalaman dalam bidang manajemen 3. Tempat yang tidak terlalu nyaman |
| Eksternal | Strategi SO | Strategi WO |
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin kerjasama dan hubungan yang baik dengan pemasok (S1,S2,O1, O3) 2. Menonjolkan keunikan dan inovasi produk (S4, O2,O3) 3. Membuat konten yang interaktif dan menarik untuk meningkatkan penjualan (S3, O2,O4) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi dan interaksi dengan pelanggan (W1,O2,O3) 2. Menggunakan sistem yang efektif dan mudah diterapkan (W2,O1, O2) 3. Memaksimalkan pelayanan dan kualitas produk (W3, O3, O4) |
| | Strategi ST | Strategi WT |
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menonjolkan keunikan produk yang berbeda dengan pesaing (S1,S2, T1, T4) 2. Meningkatkan inovasi dan variasi produk (S2,T2) 3. Menggencarkan promosi <i>online</i> dan <i>offline</i> (S3, S4, T3) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan evaluasi bulanan dan pembekalan pengetahuan manajemen (W2, T1) 2. Menciptakan citra yang baik, kepada masyarakat (W1, T2) 3. Memberikan promosi yang menarik ketika meluncurkan produk baru (W1, W3, T3, T4) |
| | Oppoturnities | Threats |
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku yang relatif mudah didapatkan 2. Perkembangan teknologi dan informasi 3. Gaya hidup masyarakat yang cenderung mengikuti tren yang ada di media sosial 4. Adanya kerjasama dengan beberapa perusahaan seperti Gojek dan <i>Grab</i> untuk mempermudah akses masyarakat untuk mendapatkan produk | <ol style="list-style-type: none"> 1. Modal yang tidak terlalu besar dan konsep yang mudah ditiru mempermudah pesaing baru untuk masuk ke bidang ini 2. Selera masyarakat yang selalu berubah seiring berjalannya waktu 3. Keadaan ekonomi yang kurang stabil 4. Inovasi produk oleh pesaing lama |

Sumber : Loco

© 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.