

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012:96) mengungkapkan bahwa, perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang mampu mengenali dan merespons berbagai kebutuhan dan tren yang belum terpenuhi secara menguntungkan. Perusahaan harus selalu berusaha menciptakan solusi baru terhadap kebutuhan yang belum terpenuhi. Mereka mengklasifikasikan antara *fad*, *trend*, dan *megatrend*.

“*Fad* adalah segala sesuatu yang tidak dapat diperkirakan, berumur pendek dan tanpa signifikansi sosial, ekonomi, dan politik. *Trend* adalah arah atau urutan kejadian yang mempunyai momentum dan durabilitas. *Trend* lebih mudah diperkirakan dan lebih berlangsung lama dibanding *fad*. Sedangkan *megatrend* digambarkan sebagai perubahan dasar dalam sosial, ekonomi, politik, dan teknologi yang lambat dibentuk, dan setelah terjadi, perubahan itu mempengaruhi kita untuk sementara waktu-antara tujuh tahun hingga sepuluh tahun, atau bahkan lebih lama.”

Hal tersebut dikaitkan dengan industri makanan yang dimasuki oleh penulis, sangat sesuai bahwa industri makanan memiliki kecenderungan bahwa produk (dalam hal ini makanan) akan banyak yang timbul dan tenggelam, seperti makanan kecil yang bisa kapan saja menjamur dimana saja dan tiba-tiba tenggelam dan hilang begitu saja.

Trend yang terjadi dalam industri makanan adalah bahwa kecenderungan konsumen saat ini adalah mencari makanan yang tidak merupakan junk food, lebih sehat dan alami karena sekarang ini masyarakat sudah mulai memahami dan mementingkan kesehatan, dimana mereka mengerti kesehatan bersumber dari makanan yang mereka

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.



makan. Megatrend pada industri makanan adalah, tanpa disadari masyarakat mulai sering pergi makan diluar rumah dan dalam hal ini untuk mencari variasi baru pada makanan yang akan mereka makan, dan banyak tempat makan yang sengaja sudah menetapkan pasar yang mereka targetkan, dimana ketika sebuah rumah makan sudah menetapkan mereka berada pada segmen kelas yang tinggi maka secara tidak langsung akan memberikan *prestise* kepada pelanggan bahwa mereka masyarakat dari kalangan *borjuis*, sehingga tanpa disadari penentuan segmen rumah makan secara tidak langsung akan menentukan kelas sosial dari masyarakat yang akan mengkonsumsinya.

B. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL adalah alat untuk memahami segala resiko yang terkait dengan pertumbuhan atau penurunan usaha, dan juga posisi, potensi, serta arahan strategis untuk bisnis maupun organisasi. PESTEL berguna untuk memahami gambaran lingkungan secara menyeluruh serta kesempatan maupun ancaman yang ada disekitarnya. Dengan adanya pemahaman lingkungan secara menyeluruh kita dapat mengambil kesempatan yang ada serta meminimalisir resiko atau ancaman. PESTEL sendiri merupakan akronim dari : *Political, Economic, Social, Technological, Environment, dan Legal.*

Berikut adalah hasil analisis PESTEL yang telah dilakukan oleh penulis terhadap perusahaan Kingluy's :

1. Faktor Politik

Saat ini topik yang cukup sering dibicarakan adalah kebijakan upah minimum regional (UMR) buruh seluruh Indonesia. Pemerintah harus mengkalkulasi secara efektif dan efisien kisaran upah yang layak diberikan tanpa merugikan kedua belah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian tanpa izin (tanpa bentuk apapun) dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- 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.



pihak yaitu pengusaha dan buruh. Apabila terjadi kesalahan perhitungan UMR tentunya akan berdampak pada stabilitas perekonomian, bahkan mengganggu jalannya perekonomian di Indonesia. Oleh karena itu penetapan Upah Minimum Regional harus berdasarkan pada hasil survey KHL (Kebutuhan Hidup Layak) yang dilakukan oleh Dewan Pengupahan yang terdiri dari perwakilan serikat pekerja, pengusaha, pemerintah, dan pihak netral yang berasal dari akademisi.

Berdasarkan kebijakan pemerintah tentang upah minimum regional (UMR) ini, tentu berdampak bagi perusahaan. Kingluy's harus mampu mengikuti peraturan pemerintah berkaitan dengan kebijakan UMR agar tidak terlibat pelanggaran hukum. Sesuai ketentuan Pasal 90 ayat (1) UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan ("UUK"), pengusaha dilarang membayar upah lebih rendah dari upah minimum. Selain itu dengan memberikan upah sesuai peraturan, perusahaan pun memiliki daya saing untuk mendapatkan sumber daya manusia dengan perusahaan lainnya.

2. Faktor Ekonomi

REPUBLIKA.CO.ID, JAKARTA -- Pemerintah berencana mengurangi batasan modal dalam pembentukan perseroan terbatas (PT), khususnya untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Aturan ini diperbaiki untuk memberikan jalan yang lebih mudah bagi masyarakat atau investor untuk memulai dan menjalankan bisnis.

Keinginan ini pun disambut baik para pelaku UMKM. Ketua Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) Nita Yudi mengatakan, pihaknya sangat setuju dengan program pemerintah untuk mempermudah pendirian PT bagi UMKM. Kemudahan ini nantinya dipastikan akan sangat menguntungkan bagi UMKM untuk bisa bersaing dalam mempromosikan produk mereka.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



"Dengan pembuatan PT bagi UMKM, mereka nantinya tidak akan gengsi untuk menjual produk hasil mereka. Adanya legalitas melalui PT bisa membuat para pelaku usaha kecil berani untuk memasarkan produk mereka baik di dalam negeri maupun luar negeri," ujar Nita, Ahad (6/3).

Nita menilai, pemerintah sebenarnya telah melakukan berbagai upaya agar pelaku UMKM bisa berkembang pesat dengan berbagai kemudahan yang dilakukan melalui Kementerian Koperasi (Kemenkop) dan UKM. Salah satunya adalah kemudahan pembuatan surat izin usaha perdagangan (SIUP) atau tanda daftar perusahaan (TDP).

Dengan kemudahan tambahan yaitu pendirian PT, Nita yakin UMKM di Indonesia akan memiliki daya saing yang lebih baik. Terlebih dengan memasuki masyarakat ekonomi asean (MEA), produk UMKM dalam negeri harus memiliki nilai lebih salah satunya melalui PT.

Selain membuat rasa percaya diri pelaku UMKM meningkat dalam memasarkan hasil usaha mereka, para pelaku UMKM juga lebih condong untuk mengajukan hak kekayaan intelektual (HAKI) dari produk yang mereka buat. Dengan pembuatan HAKI, dipastikan produk dalam negeri lebih terjamin untuk bersaing karena tidak bisa ditiru oleh negara-negara pesaing.

"Misal ada desainer yang punya produk A, mereka bisa mengajuka HAKI agar desain mereka tidak diambil pelaku usaha lain," ungkap Nita.

Nita mengungkapkan, dari hitungan IWAPI terdapat sekitar 49,9 juta pelaku UMKM di Indonesia. Dari jumlah tersebut hampir 60 persen adalah wanita yang merupakan ibu rumah tangga. Dengan pengembangan UMKM, artinya akan lebih

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



banyak wanita yang mampu sukses dan turut serta meningkatkan pendapatan keluarganya.

Sebelumnya, dalam rapat koordinasi di Kantor Menko Perekonomian, dihasilkan satu rekomendasi di mana pemerintah akan mengubah aturan modal dasar pendirian Perseroan Terbatas (PT) ditetapkan minimal Rp 50 juta, dilakukan pengecualian untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di mana besarnya diserahkan pada kesepakatan para pihak. Perubahan ini diharapkan akan meningkatkan nilai dalam indikator *starting business*.

Sumber : <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/16/03/06/o3mb21382-kemudahan-pendirian-pt-dinilai-akan-dongkrak-daya-saing-umkm> diakses pada 01 Mei 2016)

Sebagai akibat dari pertumbuhan ekonomi di Indonesia, pemerintah hendak mendukung UMKM yang akan berdiri dengan mengurangi batasan modal dalam pembentukan perseroan terbatas (PT), khususnya untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini tentunya akan berdampak positif bagi Kingluy's karena akan dipermudah dalam pendaftaran merek, SIUP, serta pendirian PT.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

3. Faktor Sosial

Penduduk DKI Jakarta merupakan pangsa pasar yang sangat baik untuk memasarkan produk karena penduduknya selalu bertambah dari tahun ke tahun. Hal ini dibuktikan dengan statistik jumlah penduduk dari Bappeda Jakarta, tidak ada penurunan jumlah penduduk di Jakarta.

Banyak faktor yang mempengaruhi laju pertumbuhan penduduk ini, salah satunya adalah migrasi penduduk dari luar Jakarta ke Jakarta. Dengan semakin banyaknya jumlah penduduk, dapat dipastikan konsumsi masyarakat Jakarta akan

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.



meningkat pula. Di dukung dengan pola hidup masyarakat yang ingin serba cepat, dan sehat Kingluy's dapat menjadi pilihan yang tepat.

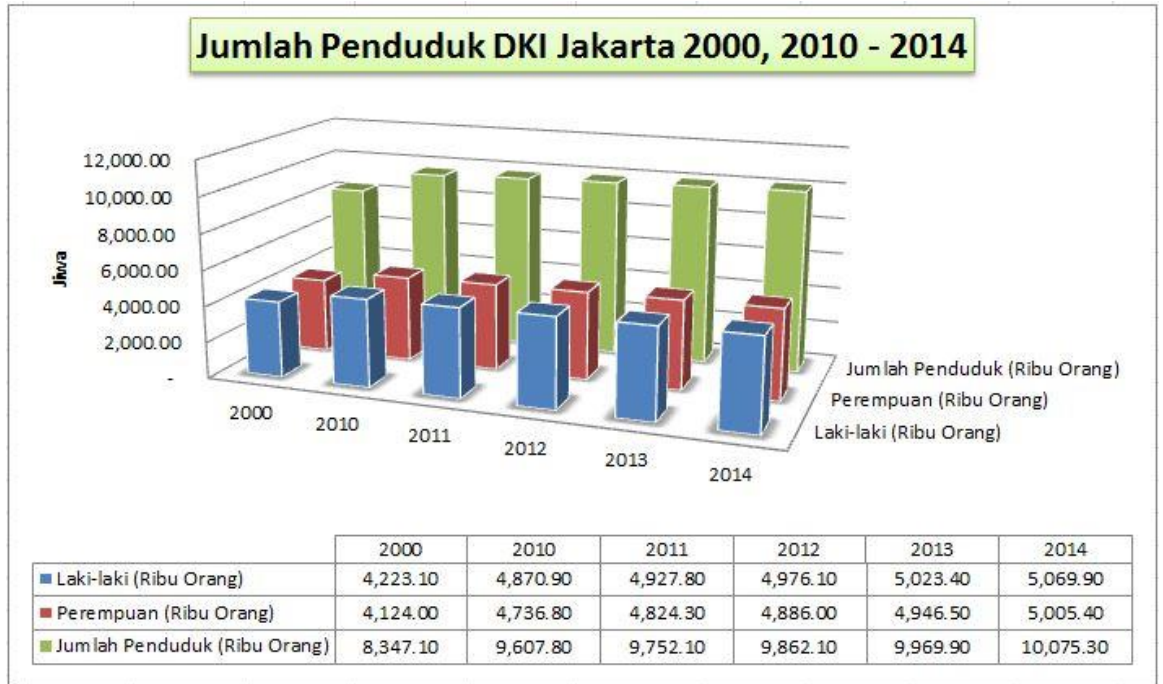
C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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

Gambar 3.1

Jumlah Penduduk DKI Jakarta



(Sumber : http://bappedajakarta.go.id/?page_id=1131 diakses pada 02 Mei 2016)

4. Faktor Teknologi

Dunia bisnis tidak pernah terlepas dari perkembangan teknologi. Keduanya saling berdampingan, dimana teknologi membuat bisnis menjadi efisien sedangkan bisnis membuat kemajuan teknologi memiliki daya beli di masyarakat. Pada masa sekarang teknologi berbasis *E-business* semakin sering terdengar bahkan mulai banyak yang menggunakannya. Proses bisnis berbasis web memudahkan para pemilik usaha untuk mempromosikan barang atau jasa yang dihasilkan. sebagai contoh yang saat ini sedang berkembang pesat adalah *Instagram Ads* dan *Facebook Ads*.



Perkembangan teknologi yang semakin pesat tentunya mempengaruhi proses kegiatan Kingluy's. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk melakukan promosi dengan biaya relatif murah untuk bisnis awal.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan yang cukup berdampak pada industri ini adalah perubahan cuaca dan iklim. Kondisi lingkungan dapat mempengaruhi kondisi laut, dimana kondisi laut akan mempengaruhi banyaknya hasil ikan yang diperoleh para nelayan. Hal ini akan mempengaruhi jumlah pasokan bahan baku dan harga bahan baku. Ketika kondisi perairan sedang tidak baik maka nelayan akan sulit mendapatkan hasil laut, yang berdampak pada kenaikan harga bahan baku namun harga jual hasil produksi tetap.

6. Faktor Legal

Dalam membangun usaha perlu memperhatikan kebijakan dan peraturan yang berlaku dan mengikuti aturan main yang sudah ditetapkan pemerintah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan maka perusahaan Kingluy's wajib untuk didaftarkan.

C Analisis Pesaing

Di dalam dunia bisnis, persaingan merupakan hal yang pasti akan dihadapi para pembisnis. Terlebih di era globalisasi, dan masyarakat ekonomi ASEAN sudah ditetapkan pada akhir tahun 2015, bisnis tidak lagi hanya mengenal waktu dan tempat namun juga kualitas dari para pemilik usaha. Oleh karena itu baik bisnisnya ataupun pemilik bisnisnya harus mampu melakukan pengembangan inovasi yang kreatif agar mampu bersaing dan mengungguli para pesaing.

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.



Menurut Kotler dan Armstrong (2012:528) analisis pesaing adalah menyangkut identifikasi pertama dari pesaing dan menilai pesaing – pesaing lalu memilih pesaing mana yang akan diserang atau dihindari.

Untuk dapat unggul dalam persaingan dengan pesaing-pesaing lainnya haruslah dilakukan analisis terlebih dahulu. Analisis dilakukan untuk dapat lebih mengetahui hal-hal yang mempengaruhi jalannya suatu bisnis. Analisis yang baik dapat menciptakan strategi yang dapat mengungguli persaingan sehingga dapat membuat suatu perusahaan menjadi pemimpin pasar.

Menurut David (2015:239) *Porter's Five-Forces Model* adalah model analisis kompetitif yang sering digunakan dalam mengembangkan strategi dari banyak industri. Dalam menganalisis, seseorang harus mengidentifikasi lima kekuatan yang menentukan daya tarik jangka panjang sebuah pasar atau segmen pasar, yaitu : Persaingan sejenis di dalam industri, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan dari produk substitusi, daya tawar pemasok, dan daya tawar pembeli.

Berikut adalah analisis *Porter's Five Forces* dari Kingluy's :

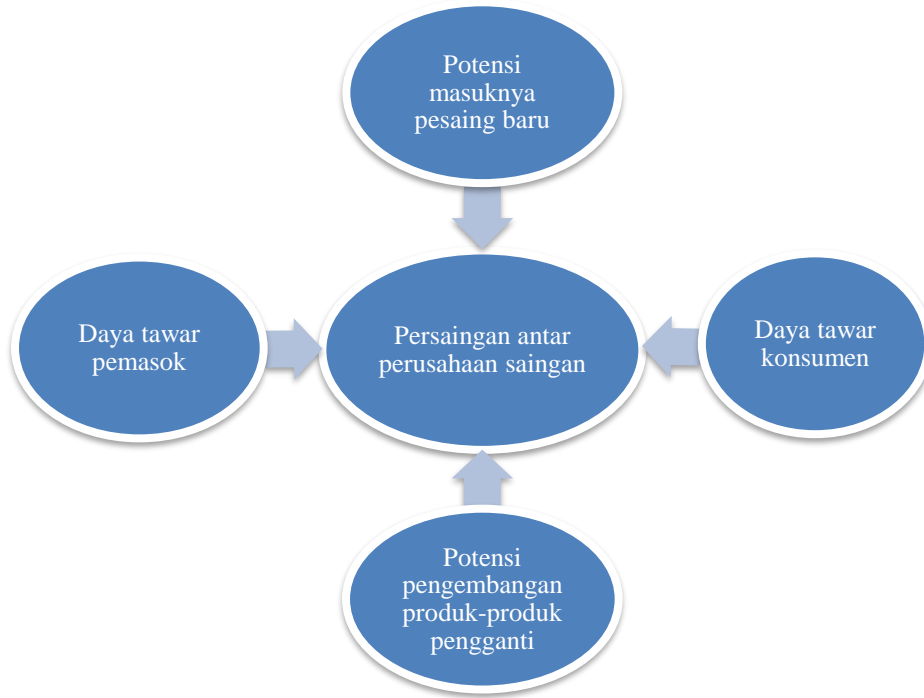
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 3.2

Model Lima Kekuatan dari Kompetisi



Sumber : David (2015:239)

© 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.

1. Pesaing sejenis dalam industri

Kingluy's merupakan usaha yang bergerak di bidang industri makanan khususnya produk makanan daging ikan olahan. Terdapat beberapa pesaing produk sejenis, misalnya bakso Athien, Bakso Afung, Bakso Loncat Belitung.

2. Potensi masuknya pesaing baru

Industri makanan merupakan industri yang cukup menjanjikan dalam segi pendapatan. Tidak heran industri ini sangat memungkinkan untuk memiliki pendatang baru baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Namun produk yang



diproduksi oleh Kingluy's tidak mudah ditiru sehingga kecil kemungkinan untuk menciptakan produk yang sama.

3. Ancaman produk/jasa pengganti

3. Ancaman produk/jasa pengganti

Produk olahan daging, atau khususnya bakso daging dapat dijadikan sebagai produk pengganti bagi produk Kingluy's. Namun tidak perlu khawatir karena Kingluy's memiliki keunggulan tersendiri, yaitu produk olahan daging ikan yang mengandung berbagai gizi dan vitamin yang di perlukan tubuh serta tanpa menggunakan bahan-bahan berbahaya.

4. Daya tawar pemasok

4. Daya tawar pemasok

Pemasok untuk bahan baku produksi Kingluy's sangat banyak. Bahan baku yang digunakan seperti daging ikan segar, garam, tepung sagu. Bahkan mereka menawarkan harga yang relatif bersaing agar dipilih sebagai pemasok. Hal ini membuat daya tawar pemasok menjadi rendah. Dengan dukungan teknologi seperti internet, semakin mempermudah pencarian pemasok berkualitas bagi Kingluy's.

5. Daya tawar pembeli

5. Daya tawar pembeli

Daya tawar pembeli cenderung terjadi di pangsa pasar menengah kebawah, dimana mereka cenderung memilih produk dengan harga yang murah. Daya tawar pembeli tidak pernah terjadi di pasar menengah keatas, karena mereka beranggapan bahwa harga menentukan kualitas.

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 IBKKG.

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



Tabel 3.1

5 Force's Porter Bisnis Kingluy's

Kekuatan	Indikator	Intensitas Persaingan	Pengaruh
Pesaing sejenis dalam industri	Terdapat banyak pesaing industri sejenis yang sudah berdiri.	Tinggi	Ancaman
Potensi masuknya pesaing baru	Produk tidak mudah ditiru karena ada proses produksi yang berbeda.	Rendah	Peluang
Ancaman produk/jasa pengganti	Masih banyak produk substitusi yang beredar dipasar.	Rendah	Ancaman
Daya tawar pemasok	Tersedia banyak pemasok untuk Kingluy's.	Rendah	Peluang
Daya tawar pembeli		Rendah	Peluang

Sumber : Data olahan Kingluy's

Berdasarkan pengamatan penulis, untuk mendapatkan informasi mengenai pesaing dapat diperoleh dengan cara berikut :

1. Mencari informasi melalui internet mengenai perusahaan pesaing. Dengan pengamatan ini dapat diperoleh sejumlah informasi mengenai produk yang ditawarkan, harga jual yang ditetapkan, promosi yang dilakukan pesaing, fasilitas yang dimiliki pesaing, *feedback* dari pelanggan.
2. Melakukan interaksi langsung dengan pelanggan yang telah melakukan pembelian produk perusahaan pesaing. Dengan melakukan interaksi langsung ini perusahaan akan mendapatkan sejumlah informasi mengenai kualitas produk, harga jual



Hak cipta dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



pesaing, bahkan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk pesaing sehingga dapat dibandingkan dengan kualitas produk sendiri.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Menurut hasil pengamatan yang dilakukan penulis, terdapat beberapa pesaing yang akan dihadapi oleh Kingluy's, berikut penulis lampirkan data pesaing langsung dari Kingluy's :

1. Nama Perusahaan : Athien
Alamat : Pergudangan Kapuk Muara. Jalan Kapuk Muara Raya
No. 38LL. Jakarta Utara 14460. Indonesia.
Harga : Rp. 5.000 – Rp. 50.000
Kelemahan : Pemesanan produk melalui *web* yang tidak efektif.
Masih terasa bau amis, belum ada sistem promosi modern seperti *facebook* dan *instagram*.
Kekuatan : Memiliki banyak variasi produk, merek sudah dikenal sebagian besar masyarakat,
2. Nama Perusahaan : AON *Fishball Factory*
Alamat : -
Harga : Rp. 50.000 – Rp. 100.000
Kelemahan : pemesanan hanya melalui telepon, *whatsapp*.
Kekuatan : Merek yang sudah banyak dikenal orang, variasi produk yang banyak, pemasaran melalui *instagram*, *website*, dan *facebook*.

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 Posisi dalam Persaingan

© Dalam memperebutkan pangsa pasar, semua perusahaan akan melakukan apa saja yang bisa dilakukan agar produknya benar-benar diminati oleh pelanggan. Dalam posisi persaingan ini akan muncul beberapa hal yaitu :

1. Dominan (*Dominant*)

Suatu perusahaan dapat menguasai lebih banyak pangsa pasar, dimana perusahaan tersebut memahami strategi pemasaran dan memiliki banyak pilihan strategi untuk tetap exis di hati masyarakat tanpa dipengaruhi oleh strategi pesaingnya.

2. Kuat (*Strong*)

Perusahaan yang memiliki kekuatan lebih akan mampu bertahan dan lebih leluasa dalam memasuki pasar dalam jangka waktu yang lebih panjang.

3. Baik (*Favorable*)

Suatu perusahaan dapat masuk pada pasar dengan menggunakan strategi-strategi tertentu dimana kondisi perusahaan cukup baik dan memiliki kemampuan lebih dibanding dengan perusahaan pesaing.

4. Sedang (*tenable*)

Perusahaan ini pada prinsipnya memiliki kekuatan lebih dibanding dengan perusahaan pesaing, namun kadang-kadang ia kalah dalam memperebutkan pasar.

5. Lemah (*Weak*)

Perusahaan tidak mampu bersaing dengan sempurna dibanding dengan perusahaan lain, namun perusahaan ini masih diterima oleh pelanggan. Berarti perusahaan masih memiliki harapan untuk hidup lebih baik, tentunya perusahaan akan mengubah apa saja yang bisa diubah agar perusahaan itu tetap diterima oleh pelanggan, misalnya mengubah strategi pemasaran, penetapan harga atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



memberikan pelayanan lebih dibanding dengan pesaing dengan harapan perusahaan ini kembali menguasai pasar.

6. Tidak ada harapan (*Non Viable*)

Perusahaan yang menghadapi kondisi seperti ini sangat tipis harapan untuk berkembang dengan baik. Hal ini bisa saja disebabkan oleh beberapa faktor antara lain: produknya sudah tidak disukai lagi oleh konsumen mungkin karena sudah ketinggalan zaman atau harga tidak sesuai dengan harapan pelanggan atau bisa saja faktor lain yang bersifat politik.

Dalam kondisi nyata pasar memiliki beberapa kategori karakteristik ditinjau dari segi penguasaan pangsa pasar yaitu:

1. *Market Leader* (Pemimpin Pasar)

Perusahaan dianggap sebagai pemimpin pasar dimana ia menguasai sebagian besar pangsa pasar. Pemimpin pasar memiliki ciri antara lain pangsa pasar lebih dari 40% dibanding dengan perusahaan lain sejenis, unggul dalam berbagai hal antara lain dalam mengenalkan produk baru pada masyarakat, saluran distribusi yang lebih luas dan efisien, intensitas promosi, kemampuan menetapkan harga dan lain-lain.

2. *Market Challenger* (Penantang Pasar)

Dengan melihat perusahaan pesaing begitu menguasai pangsa pasar muncul keinginan pesaing untuk ikut tampil secara kontan agar perusahaannya juga mampu menguasai pasar, maka ia akan tampil sebagai pesaing baru atau penantang pasar. Perusahaan penantang ini akan melakukan apa saja baik secara terbuka maupun secara langsung menghadapi pesaing.

6. 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.



3. *Market Follower* (Pengikut Pasar)

Produk ini biasanya berjalan apa adanya hanya mengikuti produk-produk sebelumnya tanpa mengusik pangsa pasar yang sudah dominan. Yang penting produk mereka juga diminati oleh konsumen dan tidak terlalu berharap menguasai pasar secara global.

4. *Market Nicher* (Penggarap Ceruk Pasar)

Produk-produk yang dijual disini hanya melayani pangsa pasar yang tidak terlayani oleh perusahaan besar. Semua kalangan masyarakatan belum tentu membeli produk yang sama, hal ini mungkin saja disebabkan oleh kemampuan daya beli atau terlalu jauh saluran distribusinya sehingga sulit dijangkau.

Berdasarkan posisi dalam persaingan, perusahaan Kingluys tergolong dalam kelompok baik (*Favorable*) yang artinya perusahaan dapat masuk pada pasar dengan menggunakan strategi-strategi tertentu dimana kondisi perusahaan cukup baik dan memiliki kemampuan lebih dibanding dengan perusahaan pesaing. Sedangkan jika dilihat dari segi penguasaan pangsa pasar, Kingluy's termasuk *market challenger* (penantang pasar) karena perusahaan ikut tampil secara kontan agar mampu menguasai pasar.

E. Analisis Kompetitif Profil Matriks

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung, maka penulis menetapkan beberapa pesaing potensial, yaitu industri-industri yang menjual bakso ikan. Dalam analisisnya penulis memilih beberapa faktor yang

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 IBKKG.

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



menjadi acuan dalam menentukan kekuatan dan kelemahan pesaingnya, yaitu variasi produk, kualitas produk, harga produk, lokasi usaha, kualitas layanan, promosi.

Salah satu alat manajemen strategis yang mampu membantu manajemen untuk menyelidiki dan memetakan posisi pesaing utama dibandingkan dengan perusahaan adalah matriks profil kompetitif (*Competitive Profile Matrix-CPM*).

Matriks profil kompetitif terdiri dari komponen-komponen berikut :

1. *Critical Success Factor*

Critical Success Factor atau faktor penentu keberhasilan, merupakan faktor-faktor terpenting yang mempengaruhi keberhasilan organisasi. Faktor-faktor tersebut diambil setelah dilakukan analisis yang mendalam mengenai kondisi eksternal dan internal lingkungan perusahaan. Ini dilakukan karena dalam lingkungan eksternal maupun internal, banyak faktor yang secara nyata memberikan dampak baik dan buruk bagi perusahaan.

Apabila *Critical Success Factor* perusahaan memiliki peringkat lebih tinggi dibanding pesaingnya menunjukkan bahwa strategi perusahaan terhadap faktor-faktor penentu keberhasilan tersebut telah berhasil dengan baik, atau dalam kata lain merupakan kekuatan perusahaan. Sedangkan peringkat yang lebih rendah berarti strategi perusahaan yang mendukung faktor-faktor tersebut masi kurang, atau dengan kata lain menjadi kelemahan perusahaan.

2. *Rating / Peringkat*

Rating atau peringkat dalam CPM menunjukkan tanggapan atau respons perusahaan terhadap faktor-faktor penentu keberhasilan. Rating tinggi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



menunjukkan bahwa perusahaan dengan baik mampu merespons faktor penentu keberhasilan dan hal ini menunjukkan kekuatan utama perusahaan. Kisaran peringkat diberikan antara 1,0-4,0 dan dapat diterapkan pada setiap faktor. Ada beberapa poin penting yang terkait dengan pemberian rating di CPM, antara lain :

- a. Rating akan diterapkan ke setiap *critical success factor*
- b. Respon perusahaan yang kurang terhadap *critical success factor* diwakili oleh 1,0. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kelemahan utama perusahaan.
- c. Respon rata-rata terhadap *critical success factor* diwakili 2,0. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kelemahan minor perusahaan.
- d. Respon diatas rata-rata terhadap *critical success factor* diwakili 3,0. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kekuatan minor perusahaan.
- e. Respon diatas rata-rata terhadap *critical success factor* diwakili 4,0. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi kekuatan utama perusahaan.
- f. *Weights*

Bobot dalam CPM menunjukkan kepentingan relatif dari faktor untuk menjadi penentu kesuksesan perusahaan dalam industri. Bobot berkisar dari 0,0 yang berarti tidak penting dan 1,0 yang paling penting. Jumlah dari semua bobot dari faktor-faktor yang dianalisis harus sama dengan 1,0.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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. *Weighted Score* (nilai tertimbang)

Setiap faktor memiliki nilai tertimbang atau bobot yang berkisar 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). *Weighted score* merupakan hasil dari *Rating x weight*.

4. *Total Weighted Score*

Jumlah nilai tertimbang adalah sama dengan total nilai tertimbang. Nilai akhir dari jumlah nilai tertimbang harus berada diantar rentang 1,0 (rendah) sampai 4,0 (tinggi). Rata-rata total nilai tertimbang untuk CPM adalah 2,5, dimana setiap perusahaan dengan total nilai tertimbang berada dibawah 2,5 dapat dikatakan dalam posisi lemah. Perusahaan dengan total nilai tertimbang lebih dari 2,5 dianggap memiliki posisi yang kuat dalam pasar. Dimensi lain dalam CPM adalah perusahaan dengan jumlah nilai tertimbang yang paling tinggi dianggap sebagai pemenang diantara pesaing di pasar.

Namun demikian, angka-angka nilai tertimbang hanyalah menggambarkan kekuatan relatif perusahaan-perusahaan yang dibandingkan, bukan dengan tujuan mendapatkan angka tertentu, tetapi lebih kepada asimilasi dan evalusai informasi dalam catatan membantu dalam pengambilan keputusan.

Menurut David (2015:245), The Competitive profile Matrix (CPM) mengidentifikasi kompetitor-kompetitor utama yang dimiliki oleh perusahaan dan kekuatan serta kelemahannya yang dimiliki untuk mengetahui posisi strategis perusahaan. Bobot dan total bobot skor di dalam CPM dan EFE memiliki arti yang sama. Namun, faktor-faktor keberhasilan penting di dalam CPM mencakup hal-hal

© 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.



internal dan eksternal perusahaan; oleh sebab itu peringkat mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana 4 = kekuatan mayor, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan mayor. Tabel 3.2 menunjukkan perbandingan faktor-faktor keberhasilan dari Kingluy's adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix Kingluy's

Faktor penentu keberhasilan	Bobot	Kingluy's		Athien		AON	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Kualitas produk	0.20	4	0.80	2	0.40	4	0.80
Promosi	0.20	3	0.60	4	0.80	3	0.60
Variasi produk	0.10	2	0.20	4	0.40	4	0.40
Lokasi	0.15	3	0.45	3	0.45	2	0.30
Harga	0.20	3	0.60	4	0.80	3	0.60
Layanan	0.15	3	0.45	3	0.45	2	0.30
Total	1		3.1		3.3		3

Sumber: Data Olahan

Keterangan :

- Faktor penentu keberhasilan dan bobot merupakan hasil dari pengisian kuisioner.
- Bobot yang memiliki angka tertinggi merupakan faktor yang paling penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan, jika ada bobot yang sama berarti dianggap sama pentingnya.
- Total bobot yang diberikan secara keseluruhan berjumlah 1,00.
- Dalam pemberian peringkat, 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan utama.
- Skor adalah hasil perkalian dari bobot dan peringkat.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan tindakan lainnya yang 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 di atas menunjukkan kualitas produk, promosi, variasi produk, lokasi, harga, dan layanan menjadi faktor penentu keberhasilan pada *competitive profile matrix* karena merupakan hal penting yang perlu diperhatikan oleh Kingluy's dan perusahaan sejenisnya.

Pertama, kualitas produk menjadi hal penting yang harus diperhatikan karena kualitas produk akan berdampak pada pembelian berikutnya dan menjadi tolok ukur untuk menilai kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang baik akan menjadi kekuatan perusahaan dan dapat mengangkat citra merek suatu produk. Kualitas produk dari Kingluy's memiliki peringkat yang sama bahkan lebih tinggi dari pesaing.

Kedua, promosi merupakan cara yang dilakukan untuk mengenalkan produk kepada pelanggan. Terdapat banyak sekali cara untuk menjalankan promosi. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mempromosikan bakso ikan Kingluy's adalah dengan menawarkan produk langsung ke agen atau distributor seperti pasar, rumah makan, hotel, dan sebagainya. Selain itu promosi juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial khususnya *facebook* dan *instagram*. Untuk memaksimalkan penggunaan media sosial maka dilakukan sistem promosi berbasis *facebook ads* dan *instagram ads*. Promosi dilakukan dengan membangun *brand awareness* dengan mendesain logo pada kantong plastik yang digunakan, serta seragam kerja karyawan.

Ketiga, variasi produk yang ditawarkan Kingluy's memiliki bobot lebih rendah dari para pesaingnya. Namun hal ini memiliki alasan yaitu perusahaan ingin memfokuskan pada *brand awareness* pada awal didirikannya perusahaan ini. Tidak menutup kemungkinan di tahun berikutnya perusahaan dapat meluncurkan produk barunya.

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.



Keempat, lokasi usaha juga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dari suatu usaha. Letak usaha yang strategis dapat mempengaruhi tingkat penjualan secara tidak langsung. Kingluy's memiliki lokasi usaha di pusat kota, dimana pelanggan dengan mudah dapat menjangkau lokasi pembelian. Kingluy's juga melayani sistem pembelian langsung tidak seperti pesaing lainnya yang menerima pemesanan melalui telepon dan media sosial.

Kelima, harga merupakan hal yang biasanya diperhatikan sebagian besar pelanggan. Terdapat pelanggan yang membeli produk apabila harganya murah, namun ada pula pelanggan yang melihat kualitas produk dari sisi harga, produk dengan kualitas baik memiliki harga yang cukup mahal. Kingluy's memberikan harga yang relatif terjangkau bagi pelanggannya namun tidak murahan. Mengingat barang yang ditawarkan merupakan barang konsumsi, Kingluy's hanya menggunakan bahan baku berkualitas.

Keenam, layanan juga merupakan bagian faktor yang cukup penting dalam industri ini. dengan memberikan pelayanan terbaik, maka perusahaan sudah menciptakan kesan awal yang baik bagi pelanggan. Layanan yang diberikan Kingluy's lebih dari layanan yang diberikan pesaing, pelanggan dapat datang langsung ke tempat pemesanan khusus yang disediakan Kingluy's. Pelayanan lainnya adalah sistem pengantaran tanpa dikenakan biaya dengan minimum pembelian tertentu dan lokasi tertentu. Pelayanan lainnya yang diberikan Kingluy's adalah penerimaan pemesanan melalui telepon 10 jam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



F. Analisis SWOT

Menurut David (2015:259), SWOT Matrix adalah sebuah alat yang membantu manajer untuk mengembangkan 4 tipe strategi, yaitu : SO (strengths-opportunities), WO (weaknesses-opportunity), ST (strengths-threats), WT (weaknesses-threats).

Delapan langkah merancang SWOT Matrix adalah sebagai berikut :

1. Menulis semua peluang eksternal perusahaan.
2. Menulis semua ancaman eksternal perusahaan.
3. Menulis semua kekuatan internal perusahaan.
4. Menulis semua kelemahan internal perusahaan.
5. Membandingkan kekuatan internal dan peluang eksternal untuk menformulasikan strategi SO.
6. Membandingkan kelemahan internal dan peluang eksternal untuk menformulasikan strategi WO.
7. Membandingkan kekuatan internal dan ancaman eksternal untuk menformulasikan strategi ST.
8. Membandingkan kelemahan internal dan ancaman eksternal untuk menformulasikan strategi WT.

Berikut ini adalah analisis SWOT dari Kingluy's :

1. *Strengths* (Kekuatan)

Strength adalah faktor-faktor internal positif yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. *Strength* dari Kingluy's antara lain :

- a) Merupakan kategori makanan sehat, karena berbahan dasar daging ikan yang kaya akan protein dan vitamin lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



- b) Lokasi tempat produksi dan pemasaran yang strategis
- c) Harga yang terjangkau untuk target pasar yaitu Rp 110.000,-/kg.
- d) Memiliki SDM yang berkualitas. Hal ini terkait dengan proses rekrutment dan seleksi yang dilakukan perusahaan serta perusahaan memberlakukan masa percobaan kerja.
- e) Kualitas produk yang baik, tidak menggunakan bahan-bahan berbahaya seperti boraks, pemutih, formalin, pengental dan sebagainya.
- f) Memiliki cita rasa yang enak, dan tidak berbau amis.

Weakness (Kelemahan)

Weakness adalah faktor-faktor internal negatif yang menghambat kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. *Weakness* dari Kingluy's antara lain :

- a) Citra merek yang belum terkenal, karena perusahaan baru didirikan.
- b) Pilihan produk hanya satu jenis, hanya saja tersedia dalam beberapa ukuran.
- c) Modal usaha yang masih terbatas.
- d) Tempat usaha yang masih terbatas.
- e) Produk tidak tahan lama.

3. Opportunities (Peluang)

Opportunities adalah faktor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. *Opportunities* yang dimiliki Kingluy's antara lain :

- a) Perkembangan tren pola hidup sehat, diikuti berbagai aktivitas seperti *colour run*, *infused water*, video tutorial memasak sehat. Usaha bakso ikan sangat mendukung perkembangan tren pola hidup sehat masyarakat.

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



- b) Tidak mudah ditiru oleh pesaing.
- c) Tersedia banyak pemasok bahan baku produksi.
- d) Pertumbuhan penduduk Indonesia yang meningkat setiap tahunnya.
- e) Kemajuan teknologi mendukung kegiatan produksi & promosi.

4. *Threats* (Ancaman)

Threats adalah faktor-faktor eksternal negatif yang dapat menghalangi perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. *Threats* yang dimiliki Kingluy's antara lain :

- a) Pesaing sudah lebih dikenal masyarakat.
- b) Peraturan pemerintah mengenai lokasi pendirian usaha.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 tabel analisis SWOT perusahaan Kingluy's :

Tabel 3.3

Matriks SWOT Kingluy's

Internal	Strength (S)	Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none"> Merupakan kategori makanan sehat. Lokasi yang strategis. Harga yang terjangkau. SDM yang berkualitas. Kualitas produk & layanan yang baik. Cita rasa yang berkualitas. 	<ol style="list-style-type: none"> Citra merek yang belum terkenal. Variasi produk yang terbatas. Modal usaha yang terbatas. Tempat usaha yang terbatas. Produk tidak tahan lama.
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> Tren pola hidup sehat. Tidak mudah ditiru. Terdapat banyak pemasok. Pertumbuhan penduduk Jakarta yang terus bertambah. Kemajuan teknologi mendukung proses produksi & promosi. 	<ol style="list-style-type: none"> Memanfaatkan tren pola hidup sehat dengan memasarkan produk makanan sehat. (S1, O1) Menjaga kualitas dan cita rasa produk dengan meningkatkan kualitas SDM, serta menjaga resep rahasia agar tidak diketahui pegawai. (S4, S6, O2) 	<ol style="list-style-type: none"> Memilih lokasi usaha yang strategis (W1, O4) Memanfaatkan perkembangan teknologi yang mendukung promosi untuk meningkatkan citra merek. (W1, O5) Menjalin hubungan baik dengan para pemasok agar tetap memperoleh bahan baku, dengan memanfaatkan gudang penyimpanan pemasok. (W4, O3) Melakukan promosi dengan gencar sehingga dapat menggapai pangsa pasar yang luas dengan sistem pemesanan (W5, O4,O5)
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> Pesaing sudah lebih dikenal masyarakat. Peraturan pemerintah mengenai lokasi pendirian usaha. 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan kualitas SDM agar dapat mempertahankan kualitas produk dan layanan yang baik, sehingga dapat bersaing dengan para pesaing lama. (S4, S5, T1) 	<ol style="list-style-type: none"> Menciptakan <i>brand image</i> yang baik sehingga promosi <i>word of mouth</i> berhasil. (W1, T1) Mengembangkan variasi produk agar lebih menarik. (W2, T1)

© 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. Hak Cipta Dilindungi Undang-undang.

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 3.3 (Lanjutan Matriks SWOT Kingluy's)

Internal	Strength (S)	Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none"> Merupakan kategori makanan sehat. Lokasi yang strategis. Harga yang terjangkau. SDM yang berkualitas. Kualitas produk & layanan yang baik. Cita rasa yang berkualitas. 	<ol style="list-style-type: none"> Citra merek yang belum terkenal. Variasi produk yang terbatas. Modal usaha yang terbatas. Tempat usaha yang terbatas. Produk tidak tahan lama.
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> Terdapat pola hidup sehat. Tidak mudah ditiru. Terdapat banyak pemasok. Pertumbuhan penduduk Jakarta yang terus bertambah. Kemajuan teknologi mendukung proses produksi & promosi. 	-	-
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> Pesaing sudah lebih dikenal masyarakat. Peraturan pemerintah mengenai lokasi pendirian usaha. 	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan pendekatan dengan masyarakat sekitar untuk menjamin proses produksi tidak mengganggu masyarakat. (S2, T2) 	<ol style="list-style-type: none"> Memilih lokasi usaha yang tidak terlalu mahal. (W3, T2)

© Hak cipta milik IBI Kingluy's (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin atau menjiplak seluruh atau sebagian isi tanpa izin IBI Kingluy's

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 IBI Kingluy's.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI Kingluy's.