



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Sebelum memasuki industri suatu usaha, ada baiknya seorang pengusaha melakukan analisis terlebih dahulu, hal ini dilakukan agar pengusaha mengetahui dengan benar 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 tersebut dapat bertahan dan bersaing dengan para pesaing terdekatnya.

#### A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Kebutuhan pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar bagi manusia. Pangan menjadi hal yang mutlak jika manusia ingin tetap bisa menjaga keberlangsungan hidupnya. Menurut Kotler dan Keller (2012:96) tren merupakan arah atau urutan kejadian yang mempunyai momentum dan durabilitas. Namun, hal tersebut tampaknya tidak berlaku lagi untuk saat ini. 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 ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul

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.



dengan komunitasnya melalui produk yang ditawarkan maupun layanan jasa yang diberikan.

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.

Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) mencatat, omzet penjualan industri makanan dan minuman sepanjang tahun 2015 diperkirakan mencapai Rp. 1.250 triliun. Angka tersebut di dukung pasar yang semakin membaik di penghujung tahun. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) menyatakan, industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang akan berkontribusi besar pada industri. Kemenperin memproyeksikan pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 7,4%-7,8% pada tahun 2016. <http://www.kemenperin.go.id/artikel/13923/Omzet-Makanan-Minuman-Capai-Rp-1.250-Triliun> (diakses pada 17 Juni 2016).

## B. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan analisis lingkungan eksternal yang berada diluar perusahaan yang juga harus diperhatikan oleh perusahaan ataupun pelaku bisnis. PESTEL merupakan singkatan dari *Political, Economic, Social, Technology, Legal, dan Environment*. Pengaruh lingkungan makro eksternal ini memiliki potensi atau peluang agar perusahaan atau bisnis dapat berkembang, karena dengan melakukan



analisis PESTEL perusahaan dapat mengetahui segala risiko dan juga potensi suatu bisnis yang terkait dengan lingkungan eksternal.

Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap Angkringan Cafe Pak Gemboel yang dilakukan oleh penulis:

### 1. *Political*

Dalam berbisnis sangatlah penting untuk mempertimbangkan resiko politik dan pengaruhnya terhadap bisnis. Resiko politik umumnya berkaitan dengan pemerintahan serta situasi politik dan keamanan di suatu Negara, jika situasi politik mendukung maka bisnis secara umum akan berjalan dengan lancar.

Bagi Angkringan Cafe Pak Gemboel indikator politik tidak terlalu berpengaruh besar terhadap bisnis makanan Angkringan Cafe Pak Gemboel, karena tidak secara langsung memberikan dampak bagi bisnis makanan.

### 2. *Economic*

Faktor ekonomi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi bisnis makanan ataupun minuman. Salah satu faktornya adalah inflasi, perubahan laju inflasi di Indonesia harus diperhatikan karena meningkatnya harga secara umum dan terus-menerus, pengaruhnya dapat berdampak negatif bagi kemajuan usaha pada saat ini dan dimasa yang akan datang. Dapat dilihat pada **Tabel 3.1** merupakan tingkat laju inflasi yang terjadi pada tahun 2015-2016.

**Tabel 3.1**

**Tabel Laju Inflasi Indonesia**

Bulan , Tahun	Tingkat Inflasi (%)
Januari 2015	6,96
Februari 2015	6,29
Maret 2015	6,38
April 2015	6,79
Mei 2015	7,15
Juni 2015	7,26
Juli 2015	7,26
Agustus 2015	7,18
September 2015	6,83
Oktober 2015	6,25
November 2015	4,89
Desember 2015	3,35
Januari 2016	4,14
Februari 2016	4,42
Maret 2016	4,45
April 2016	3,60
Mei 2016	3,33

Sumber : [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) (diakses pada 17 Juni 2016)

© 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.



kenaikan inflasi dapat menyebabkan kenaikan harga barang-barang secara keseluruhan. Hal ini dapat mempengaruhi bisnis Angkringan Cafe Pak Gomboel karena akan mempengaruhi harga bahan baku, sehingga harga produksi akan meningkat dan dapat meningkatkan harga jual. Peningkatan harga jual akan mengakibatkan daya beli masyarakat akan menurun. Selain itu, hal lain yang perlu diperhatikan dari faktor ekonomi adalah rata-rata pendapatan perkapita dari data tersebut pengusaha dapat mengukur daya beli masyarakat, sehingga perusahaan bisa mengetahui apakah minat beli masyarakat sedang tinggi atau rendah.

### 3. *Social*

Dewasa ini, kuliner telah menjadi salah satu aktivitas bagi masyarakat dalam mencoba hal-hal baru pada produk dari sisi rasa, kualitas, dan keunikan produk. Daya beli masyarakat akan produk makanan sangatlah tinggi, karena merupakan salah satu kebutuhan manusia untuk mengisi energi dan juga untuk memberikan rasa penasaran masyarakat akan produk makanan tersebut.

Cafe atau tempat makan yang sering dikunjungi oleh anak muda adalah cafe yang menawarkan tempat yang nyaman dan juga kualitas rasa pada produk makanan yang disajikan. Karena cafe saat ini sudah menjadi tempat untuk bersosialisasi dan berbagi pengalaman bagi para anak remaja sampai dewasa. Maka, Angkringan Cafe Pak Gomboel dapat berinovasi melalui produk yang ditawarkan serta menyediakan tempat yang nyaman bagi konsumen.

### 4. *Technology*

## © 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.



Perkembangan teknologi saat ini sangat berkembang dengan pesat, dimulai dari masyarakat yang terbiasa berbelanja langsung ke pusat perbelanjaan, tetapi saat ini tidak diperlukan lagi karena dengan kemajuan akses teknologi masyarakat tidak perlu datang ke tempat yang ingin dituju untuk membeli sebuah produk, hanya dengan memesan melalui aplikasi di *handphone* atau komputer bisa dengan mudah memesan makanan, kebutuhan rumah tangga sehari-hari, atau pakaian. Sehingga, teknologi saat ini sangat memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi, mencari informasi, melakukan bisnis, serta membantu masyarakat untuk lebih maju dan tidak tertinggal kemajuan teknologi seperti di negara lain.

Usaha bisnis Angkringan Cafe Pak Gemboel didukung oleh kemajuan teknologi. Penggunaan teknologi yang modern digunakan untuk mendukung berbagai proses bisnis karena teknologi menjangkau setiap aspek bauran pemasaran. Mulai dari pemasaran, bahan baku, serta metode dalam meningkatkan keuntungan dan efisiensi. Teknologi sangat dibutuhkan untuk usaha Angkringan Cafe Pak Gemboel dalam melakukan promosi produk melalui media sosial. Sehingga produk Angkringan Cafe Pak Gemboel dapat lebih cepat diketahui oleh masyarakat tanpa ada batas jarak dan waktu.

#### 5. *Environment*

Lingkungan menjadi faktor yang menentukan pembelian dari produk Angkringan Cafe Pak Gemboel. 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, dimana lokasi yang strategis, antusias masyarakat terhadap

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



penjualan produk makanan, dan juga lokasi yang tidak mudah banjir menjadi hal yang perlu diperhatikan bagi pelaku bisnis.

Lokasi Angkringan Cafe Pak Gemboel berada di Grand Galaxy City, lokasi tersebut sangatlah strategis dan sangat ramai di setiap harinya. Lokasi tersebut dipadati oleh perumahan, sekolah, mall, dan kantor. Sehingga pada sore dan malam hari lingkungan disekitar cafe akan ramai, dan lokasi tersebut merupakan lokasi yang bebas banjir.

#### 6. *Legal*

Dalam menjalankan bisnis Angkringan Cafe Pak Gemboel penulis harus memperhatikan peraturan pemerintah tentang ketenagakerjaan. Instansi pemerintah dapat membuat peraturan yang mengatur tentang hak dan kesempatan kerja yang sama, jam kerja seorang karyawan, dan hak untuk mendapatkan upah juga harus diperhatikan sehingga bisnis Angkringan Cafe Pak Gemboel tidak melanggar hukum yang berlaku. Kebijakan pajak yang ditetapkan oleh pemerintah harus dipenuhi oleh pengusaha, dan juga Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang harus dimiliki oleh pelaku usaha.

### C. Analisis Pesaing

Di dalam dunia bisnis, persaingan merupakan hal yang wajar dan pasti akan dihadapi oleh setiap pebisnis. Terlebih lagi di era globalisasi ini, perubahan terjadi begitu cepat tanpa mengenal waktu dan tempat. 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.

Menurut David (2011:138), mengenai analisis pesaing bahwa "Mengumpulkan dan mengevaluasi informasi tentang pesaing penting bagi perumusan strategi yang berhasil. Mengidentifikasi pesaing utama tidak selalu mudah



karena banyak perusahaan memiliki divisi-divisi yang bersaing di industri yang berbeda”.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung, maka penulis menetapkan beberapa pesaing potensial, yaitu cafe yang juga menawarkan produk makanan. Dalam analisisnya, penulis memilih beberapa faktor yang menjadi acuan dalam menentukan kekuatan dan kelemahan para pesaingnya, yaitu rasa makanan, harga, tempat parkir, kualitas pelayanan, dan fasilitas. Berikut adalah hasil pengamatan dari pesaing-pesaing potensial Angkringan Cafe Pak Gumboel.

#### 1. Gudeg Kandjeng

Jenis Produk	: Makanan Tradisional
Kisaran Harga	: Rp. 25.000 – Rp. 50.000
Social Media	: Instagram
Alamat	: Ruko Grand Galaxy City, Jl. Pulo Sirih Barat. Raya, Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat.

#### 2. Coffee Bens

Jenis Produk	: Makanan Indonesia
Kisaran harga	: Rp. 20.000 – Rp. 55.000
Social Media	: Instagram
Alamat	: Jalan Galaxy Raya Blok G No. 10, Jaka Sampurna, Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat.

### D. Analisis Pesaing Menurut Porter

Dalam lingkungan bisnis, pesaing merupakan hal yang paling signifikan dalam mempengaruhi jalannya suatu bisnis. Salah satu keberhasilan bisnis ditentukan oleh kemampuan pemilik bisnis dalam memahami pesaing. Proses pencarian informasi

mengenai pesaing Angkringan Cafe Pak Gemboel dilakukan dengan cara mengamati kelebihan dan kelemahan pesaing dengan melihat produk yang ditawarkan kepada konsumen, pelayanan terhadap konsumen, fasilitas, dan loyalitas konsumen, agar bisnis yang dijalankan memiliki strategi, supaya dapat unggul jika dibandingkan dengan pesaing untuk menghadapi ancaman dari pesaing.

Menurut Porter yang dikutip dari buku David (2011:145), tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Intensitas persaingan antarperusahaan sangat beragam dari satu industri ke industri lain. Berikut susunan lima kekuatan menurut Porter:

### Gambar 3.1

### Porter's Five Forces Model

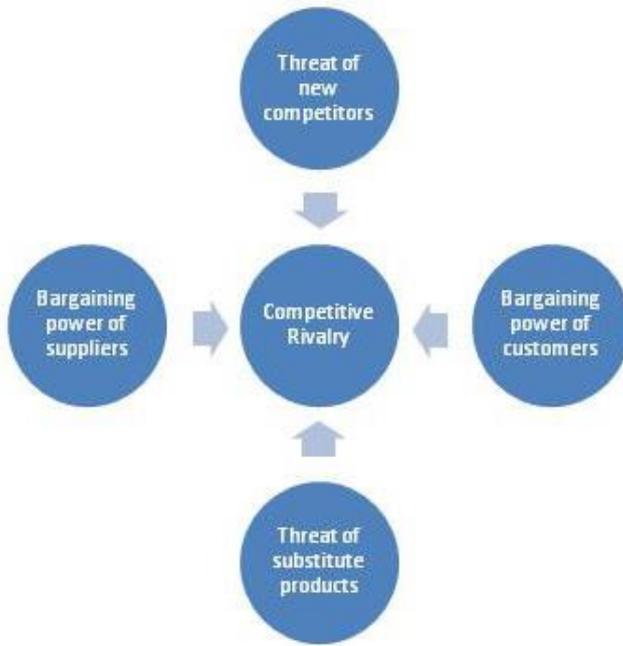


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Sumber: David (2011:146)

1. Persaingan antar perusahaan sejenis

Persaingan antar perusahaan sejenis merupakan persaingan di antara perusahaan yang menawarkan produk atau jasa yang sejenis. Dalam model ini persaingan antar perusahaan merupakan hal yang sangat kuat dalam mempengaruhi industri bisnis, maka untuk mengatasi hal tersebut perusahaan perlu melakukan analisis terhadap pesaing dan menetapkan keunggulan kompetitif yang dapat membuat bisnis mampu bersaing secara optimal.

Dalam hal ini, pesaing terberat Angkringan Cafe Pak Gemboel adalah Gudeg Kandjeng dan *Coffee Bens*, lokasi Angkringan Cafe Pak Gemboel dan dua pesaing tersebut sama-sama strategis tetapi, untuk produk makanan *angkringan cafe* belum ada pesaing yang membuka produk tersebut dalam sebuah cafe. Angkringan Cafe Pak Gemboel membuka bisnis kuliner tersebut dalam sebuah cafe karena penulis ingin menjaga higienisan produk dan juga dimasak tanpa bahan-bahan pengawet. Selain itu, Angkringan Cafe Pak

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.



Gemboel memiliki strategi dalam hal menjaga kualitas rasa serta pelayanan terhadap pelanggan.

2. Ancaman pendatang baru potensial

Bukan tidak mungkin akan datang banyak pesaing yang lebih beragam dalam industri ini. Karena 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.

3. Ancaman produk pengganti

Dengan semakin berkembangnya teknologi dan juga meningkatnya kebutuhan konsumen akan makanan dan minuman, maka produk pengganti akan menjadi ancaman paling besar bagi Angkringan Cafe Pak Gemboel. Terdapat banyak tempat makan dan cafe yang menawarkan produk berbeda atau menambahkan produk baru dalam menu makanannya. Sehingga, strategi yang dapat dilakukan oleh penulis adalah dengan menjaga kualitas produk yang ditawarkan, dan juga melakukan tambahan produk dalam menu Angkringan Cafe Pak Gemboel, seperti menambahkan aneka lauk sate-satean dan juga cemilan tradisional.

4. Daya tawar pemasok

Angkringan Cafe Pak Gemboel 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

© 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.



bahan baku. Sehingga penulis harus menjaga hubungan baik dengan *supplier* demi mendapatkan kualitas bahan baku yang terbaik dan harga yang stabil.

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

5. Daya Tawar Konsumen

Konsumen memiliki daya pembandingan untuk membandingkan harga, kualitas produk, dan layanan. Hal tersebut yang menyebabkan daya tawar konsumen tinggi. Sehingga 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 Angkringan Cafe Pak Gomboel 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. Karena loyalitas konsumen sangatlah penting bagi sebuah bisnis terutama bagi Angkringan Cafe Pak Gomboel.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**E. Analisis Posisi Dalam Persaingan**

Analisis posisi perusahaan dalam persaingan dapat dilihat menggunakan metode *Product Life Cycle* yang biasa dikenal dengan Siklus Hidup Produk. Menurut Kotler dan Keller (2012:332) sebuah produk memiliki siklus hidup, yang berarti mengatakan tentang empat hal berikut:

1. Produk mempunyai usia yang terbatas.

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.



2. Penjualan produk melalui tahap-tahap yang berbeda, setiap tahap mempunyai tantangan yang berbeda, peluang, dan masalah terhadap penjual.
3. Laba naik dan turun pada berbagai tahap siklus hidup produk.
4. Produk memerlukan strategi pemasaran, keuangan, manufaktur, pembelian, 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. Tahap Pengenalan Produk (*Introduction*)

Tahap ini umumnya merupakan tahap dimana produk baru diperkenalkan kepada calon konsumen. Periode pertumbuhan penjualan masih lambat ketika produk diperkenalkan di pasar dikarenakan calon konsumen belum memiliki kesadaran merek dan produk.

Dalam tahap ini pemasaran sangat gencar dilakukan untuk meningkatkan kesadaran merek pada para konsumen. Perusahaan juga tidak mendapatkan laba karena pengeluaran yang besar untuk pengenalan produk.

#### 2. Tahap Pertumbuhan Produk (*Growth*)

Pada tahap ini, produk telah dikenal dan telah diterima oleh konsumen. Periode penerimaan pasar cepat serta permintaan tinggi. Promosi yang dilakukan mulai berkurang dikarenakan kesadaran

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.



konsumen akan produk tinggi. Namun persaingan mulai masuk ke dalam tahap ini, karena sangat terbukanya ruang untuk masuk dan bersaing. Perusahaan pada tahap ini mendapatkan laba yang tinggi akibat permintaan yang tinggi.

### 3. Tahap Kedewasaan Produk (*Maturity*)

Pada tahap kedewasaan produk, terjadi penurunan pertumbuhan penjualan dikarenakan produk telah diterima oleh sebagian besar pembeli potensial. Perusahaan juga harus menghadapi persaingan yang sangat meningkat. Peningkatan persaingan tersebut menyebabkan pangsa pasar yang diperoleh semakin sedikit. Pada tahap ini laba cenderung stabil bahkan dapat menurun. Untuk menghindari tahap penurunan (*Decline*) diperlukan strategi yaitu modifikasi produk, modifikasi pasar, dan modifikasi program pemasaran.

### 4. Tahap Penurunan Produk (*Decline*)

Pada tahap ini terjadi penurunan penjualan dikarenakan beberapa alasan, yaitu kemajuan teknologi, perubahan selera konsumen, dan peningkatan persaingan domestik dan luar negeri. Dengan terjadinya penurunan penjualan, beberapa perusahaan akhirnya menarik diri dari pasar dan perusahaan yang tersisa mungkin mengurangi jumlah produk yang ditawarkan karena sedikitnya permintaan. Untuk menghadapi tahap ini, perusahaan harus menetapkan sistem untuk mengidentifikasi produk yang lemah melalui beberapa departemen serta melakukan strategi untuk pemasaran dan pengembangan produk.

Pada siklus hidup produk, posisi usaha Angkringan Cafe Pak Gemboel masih berada pada tahap pengenalan produk. Produk yang ditawarkan Angkringan Cafe Pak

## © 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.



Gemboel merupakan makanan khas Jawa dengan porsi nasi yang sedikit ditambahkan dengan inovasi baru pada nasi merah dan nasi goreng dimana inovasi ini baru dikembangkan dan diperkenalkan kepada masyarakat. Sehingga pada tahap pengenalan ini Angkringan Cafe Pak Gemboel perlu melakukan program pemasaran yang inovatif dan efektif agar pesan yang ingin disampaikan bisa sampai dengan baik kepada masyarakat mengenai produk Angkringan Cafe Pak Gemboel.

### Analisa *Competitive Profile Matrix*

*Competitive Profile Matrix* (CPM) mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan sampel. Dapat dilihat lebih jelas mengenai persaingan yang ketat antara Angkringan Cafe Pak Gemboel dengan kedua pesaing potensial, maka metode CPM (*Competitive Profile Matrix*) dapat digunakan. Berikut adalah komponen-komponen yang terdapat dalam *Competitive Profile Matrix*:

#### 1. *Critical Success Factor (CSF)*

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

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.



## 2. *Rating*

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

## 3. *Weight*

*Weight* atau bobot menunjukkan kepentingan relatif dari faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam industri. Bobot merupakan besar atau kecilnya pengaruh dari *Critical Success Factor* atau Faktor Penentu Keberhasilan yang dituangkan secara kuantitatif agar dapat secara riil melihat besarnya pengaruh. Semakin besar bobot tersebut maka semakin besar pula pengaruh masing-masing faktor. Bobot tidak boleh melebihi angka 1 (satu), karena nilai 1 (satu) tersebut dianggap sebagai 100%.

## 4. *Weight Score*

*Weight Score* atau nilai tertimbang merupakan hasil perkalian antara masing–masing *rating* atau peringkat dengan masing–masing *weight* atau bobot.

## 5. *Total Weight Score*

*Total Weight Score* atau total nilai tertimbang merupakan penjumlahan dari semua nilai tertimbang. Nilai akhir harus berkisar antara 1,00 hingga 4,00. Nilai rata – rata CPM adalah 2,50.

Jika nilai dari hasil penjumlahan lebih besar dari 2,5 maka dapat ditarik

kesimpulan bahwa perusahaan sudah memiliki kekuatan dalam industri dan dianggap

© 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.



mampu bersaing. Jika total skor yang didapat kurang dari 2,5 maka dianggap perusahaan tersebut belum memiliki kekuatan dalam industri dan belum mampu bersaing. Berikut hasil *Competitive Profile Matrix* Angkringan Cafe Pak Gemboel yang dibandingkan dengan kedua pesaing potensialnya yang tertuang dalam **tabel 3.2**:

**Tabel 3.2**

***Competitive Profile Matrix***

Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	Angkringan Cafe Pak Gemboel		Gudeg Kandjeng		Coffee bens	
		Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor
Kualitas Produk	0.19	4	0.76	4	0.76	4	0.76
Variasi menu	0.16	3	0.48	2	0.32	4	0.64
Harga	0.15	4	0.60	3	0.45	3	0.45
Lokasi	0.17	3	0.51	3	0.51	3	0.51
Promosi	0.18	3	0.54	2	0.36	2	0.36
Pelayanan	0.15	4	0.60	2	0.30	3	0.45
Total	1.00		3.49		2.70		3.17

Sumber: Pengamatan Penulis

Keterangan :

- Bobot yang bernilai tinggi merupakan faktor terpenting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.
- Total dari bobot secara keseluruhan adalah 1 (satu).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



- c. Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yaitu :  
4=*major strength*, 3=*minor strength*, 2=*minor weakness*, 1=*major weakness*
- d. Total pada masing-masing perusahaan merupakan hasil dari perkalian peringkat dengan nilai (peringkat x nilai).

Berdasarkan hasil analisis menurut tabel 3.2 diatas, terdapat beberapa faktor yang menjadi perbandingan dengan pesaing. Faktor yang pertama adalah kualitas produk, bagi semua pengusaha bisnis dibidang kuliner, kualitas produk sangatlah penting dalam bisnis kuliner. Dengan menawarkan kualitas produk melalui cita rasa, bahan baku yang digunakan, serta kebersihan dalam pengelolaan produk tersebut sangatlah penting untuk memberikan *image* positif kepada konsumen. Karena dengan memberikan produk yang memiliki kualitas baik dari rasa maupun proses penyajiannya akan memberikan keunggulan tersendiri bagi produk tersebut. Untuk indikator kualitas produk diberikan penilaian yang sama dengan pesaing, karena dari rasa dan kebersihan produk Angkringan Cafe Pak Gemboel tidak jauh berbeda dengan pesaing, sama- sama terjamin dan cita rasa produk tidak diragukan.

Faktor kedua adalah variasi menu, dimana setiap cafe atau rumah makan yang menyediakan produk makanan atau minuman dengan menyediakan berbagai keragaman menu dan juga inovasi pada produk akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Sehingga konsumen akan tertarik untuk mencoba berbagai produk yang di sediakan dan juga tertarik akan inovasi produk yang ada. Untuk variasi menu dari *Coffee Bens* lebih banyak dari Angkringan Cafe Pak Gemboel, karena Angkringan Cafe Pak Gemboel masih memperkenalkan beberapa produk kepada konsumen.

faktor ketiga adalah harga, dimana harga merupakan timbal balik atas produk yang diberikan pada pelanggan. Harga menjadi faktor kunci yang cukup besar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG 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.



dampaknya dalam persaingan dikarenakan konsumen cukup sensitif terhadap harga yang ditawarkan atas produk yang serupa. Harga di Angkringan Cafe Pak Gemboel lebih murah dibandingkan dengan dua pesaing lainnya.

Faktor keempat adalah lokasi, dimana lokasi menjadi hal penting dalam berjalannya suatu usaha. Lokasi yang strategis menjadi keunggulan bagi pebisnis terutama dalam bisnis kuliner, bisnis kuliner sangat dibutuhkan lokasi yang dekat dengan target pasar yang sering melakukan aktivitas sehari-hari. Selain itu, lokasi juga di lihat dari desain cafe, apakah nyaman, unik, atau lebih luas dibandingkan dengan pesaing. Sehingga faktor lokasi sangatlah penting bagi berjalannya suatu usaha, sehingga untuk indikator lokasi memiliki nilai dibawah pesaing karena Angkringan Cafe Pak Gemboel lokasinya tidak di dekat jalan utama, melainkan untuk kedua pesaing lokasinya di dekta jalan utama dan mudah terlihat.

Faktor kelima adalah promosi, promosi sangat penting dan berpengaruh besar dalam mengenalkan sebuah produk kepada masyarakat, dengan melakukan promosi maka penjualan akan meningkat dan *brand* akan mudah dikenal oleh masyarakat. Untuk indikator promosi, kedua pesaing masih sangat kurang untuk hal promosi, tetapi Angkringan Cafe Pak Gemboel mencoba untuk selalu intensif dalam hal promosi dan mengenalkan produk ke konsumen.

Faktor yang terakhir adalah pelayanan, menyediakan pelayanan yang baik dan cepat tanggap terhadap konsumen adalah kunci untuk mendapatkan loyalitas konsumen. Angkringan Cafe Pak Gemboel memaksimalkan pelayanan kepada konsumen, sehingga melatih karyawan untuk berkomunikasi secara baik dan benar dengan konsumen sangatlah diutamakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Dalam analisis yang dilakukan dan dibandingkan melalui keenam faktor daya saing, Angkringan Cafe Pak Gemboel memiliki nilai tertinggi dibandingkan dengan pesaingnya, dapat dikatakan bahwa Angkringan Cafe Pak Gemboel memiliki kekuatan dalam bisnis kuliner dan dianggap mampu bersaing, serta Angkringan Cafe Pak Gemboel masih dapat unggul dalam persaingan dibanding pesaing utamanya.

## Analisa SWOT

SWOT adalah singkatan dari Strength, Weakness, Opportunity dan Threat. Menurut David (2011:17), peluang dan ancaman berasal dari kondisi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, teknologi dan pesaing serta berbagai kejadian yang dapat berdampak buruk atau baik bagi organisasi di masa depan. Sementara kekuatan dan kelemahan adalah hal yang bisa dikontrol oleh organisasi. Mereka dapat muncul di berbagai fungsi manajemen seperti finance, marketing, produksi, R&D dan sistem informasi manajemen.

Berikut adalah analisis SWOT dari Angkringan Cafe Pak Gemboel :

### 1. *Strength*

- a. Kualitas produk yang terjamin kebersihannya karena produk diolah sendiri oleh pemilik dan tidak mengandung bahan pengawet dalam proses memasaknya.
- b. Produk makanan yang ditawarkan bervariasi
- c. Produk yang dijual tidak asing bagi masyarakat
- d. Harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas rasa
- e. Pelayanan yang ramah dan cepat tanggap, dan didukung dengan fasilitas yang memadai

### 2. *Weakness*



- a. Merek Angkringan Cafe Pak Gemboel yang belum dikenal oleh masyarakat luas sehingga penulis harus melakukan promosi dengan lebih efektif



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

- b. Pelayan yang kurang berpengalaman sehingga perlu diberikan arahan terlebih dahulu
- c. Area parkir yang terbatas
- d. Lokasi cafe yang kurang strategis

### 3. *Opportunity*

- a. Penduduk kota Bekasi yang semakin meningkat sehingga akan meningkatkan kebutuhan konsumsi masyarakat dan menarik orang dari luar Bekasi untuk berkunjung ke Bekasi.
- b. Tren wisata kuliner yang semakin meningkat
- c. Perkembangan teknologi yang semakin maju mendukung penulis dalam menyampaikan informasi dan melakukan promosi
- d. Bertambahnya selera masyarakat terhadap makanan tradisional
- e. Pemasok yang mudah ditemukan dengan harga yang tidak mahal

### 4. *Threats*

- a. Kondisi perekonomian Indonesia yang tidak stabil sehingga mempengaruhi harga bahan baku
- b. Potensi adanya pesaing baru dengan inovasi produk yang baru
- c. Perubahan selera konsumen berpengaruh terhadap pembelian produk
- d. Potensi adanya pesaing yang meniru produk
- e. Promosi yang dilakukan pesaing lebih menarik atau lebih gencar

Menurut David (2011:327), Matriks kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi yaitu, strategi SO (*Strength dan Opportunity*),

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.



strategi WO (*Weakness dan Opportunity*), strategi ST (*Strength dan Threat*), dan strategi WT (*Weakness dan Threat*). Berikut adalah **Tabel 3.3** Matrix SWOT:

**Tabel 3.3**  
**Matrix SWOT**

		<i>Strengths</i>		<i>Weaknesses</i>	
		1	Kualitas produk yang terjamin kebersihannya dan tidak mengandung bahan pengawet	1	Merek Angkringan Cafe Pak Gomboel yang belum dikenal oleh masyarakat
		2	Produk yang ditawarkan bervariasi	2	Pelayan yang kurang berpengalaman
		3	Produk yang dijual tidak asing bagi masyarakat	3	Area parkir yang terbatas
		4	Harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas rasa	4	Adanya keraguan
		5	Pelayanan yang ramah dan cepat tanggap, dan didukung dengan fasilitas yang memadai		Lokasi cafe kurang strategis
<i>Opportunities</i>		<i>SO Strategies</i>		<i>WO Strategies</i>	
1	Penduduk kota Bekasi yang semakin meningkat	1	Menjalin kerjasama dengan pemasok (S1 dan O5)	1	Memaksimalkan pemasaran terutama di wilayah bekasi baik melalui media online maupun media cetak (W1, W4, O1, dan O3)
2	Tren wisata kuliner yang semakin meningkat	2	Memilih pemasok dengan bahan baku yang berkualitas dan harga yang stabil (S1, S4, dan O5)	2	Aktif dalam menggunakan media sosial dalam memberikan informasi mengenai produk dan memilih pemasok dengan kualitas bahan baku yang baik (W1, O3, dan O5)
3	Perkembangan teknologi yang semakin maju	3	Menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen untuk semua varian produknya (S4, S2, dan O3)	3	Memberikan pelatihan kepada karyawan (W2 dan O5)
4	Bertambahnya selera masyarakat terhadap makanan tradisional	4	Melakukan promosi yang lebih menarik dengan menampilkan foto produk melalui media sosial (S3, O3, dan O4)		
5	Pemasok yang mudah ditemukan dengan harga yang tidak mahal	5	Memberikan kenyamanan kepada konsumen dengan pemesanan		

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.



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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

<p><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi</p>	<p>delivery melalui aplikasi <i>Gojek</i> (S5,O1,O3)</p>	<p>4</p>	<p>Menyewa lahan parkir yang lokasinya dekat dengan cafe (W3, O1, O4)</p>
<p><b>Threat</b></p> <p>Kondisi perekonomian Indonesia yang tidak stabil sehingga mempengaruhi harga bahan baku Potensi adanya pesaing baru Perubahan selera konsumen Potensi adanya pesaing yang meniadakan produk Promosi yang dilakukan pesaing lebih menarik dan lebih gencar</p>	<p><b>ST Strategies</b></p> <p>1 Melakukan inovasi terhadap produk Angkringan Cafe Pak Gemboel baik dari varian lauk ataupun nasi (S2, T2, dan T3) 2 Memberikan image positif pada konsumen melalui pelayanan dan kualitas produk agar mendapatkan loyalitas konsumen (S1, S5, T2, dan T4) 3 Menjaga hubungan baik dengan pemasok (S4 dan T1)</p>		<p><b>WT Strategies</b></p> <p>1 Membangun citra yang baik atas penyajian dan produk yang dihasilkan melalui media pemasaran (W1, W4, T3, dan T5) 2 Memberikan evaluasi kepada karyawan setiap satu minggu (W3, T2, dan T3) 3 Mengadakan promo atau diskon pada saat awal pembukaan (W1 dan T5)</p>

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.