



## BAB II

### ANALISIS INDUSTRI



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

#### A. Gambaran Masa Depan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Rasa ayam sangat tergantung pada racikan bumbu yang dibuat masing-masing penjual, karena itu ayam goreng yang dihasilkan memiliki cita rasa yang khas bagi masing-masing penjual agar pembeli dapat terpikat dan akan kembali lagi untuk membeli.

Jenis ayam goreng sangat banyak, ada ayam goreng penyet, ayam goreng kalasan, ayam goreng mentega dan ayam goreng lainnya. Sebagai penjual ayam goreng, dituntut kreatif untuk menciptakan racikan bumbu-bumbu baru dan lezat sehingga menghasilkan rasa ayam goreng yang unik, lezat dan berbeda dengan penjual ayam lainnya.

Dengan adanya Restoran Ayam Goreng KPK, yang menyajikan ayam goreng bumbu lengkuas dan tepung kriuk, saya berharap restoran ini dapat memenuhi permintaan ayam goreng di pasar yang tahun ke tahun selalu meningkat. Para pecinta ayam goreng tentu sangat menantikan ayam goreng yang enak dengan tempat makan yang nyaman dan modern.

Karena jumlah penjual ayam goreng yang ada di kota bekasi belum memenuhi permintaan para konsumen secara keseluruhan, dan juga ada banyak tempat yang belum

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



mampu memberikan kenyamanan dalam hal suasana dan modern dalam hal teknologi bagi para konsumen maka peluang usaha dari Ayam goreng ini masih terbuka lebar.

Harga juga merupakan aspek yang kritis juga dalam sebuah usaha, sehingga harga yang ditawarkan tentunya dapat bersaing dengan ayam goreng yang ada di kota Bekasi.

Harga yang terjangkau merupakan kunci kesuksesan dalam sebuah usaha. Jadi harga yang ditawarkan oleh Restoran Ayam Goreng KPK harga yang bersaing dan terjangkau tentunya.

Untuk mengetahui gambaran masa depan bisnis perlu dilihat visi dan misi perusahaan.

### Visi

Visi adalah sebuah gambaran mengenai tujuan dan cita-cita di masa depan yang harus dimiliki organisasi sebelum disusun rencana bagaimana mencapainya.. Visi dari Restoran Ayam KPK adalah “ Mewujudkan Restoran Ayam Goreng dengan nuansa tradisional dan modern tapi harga terjangkau “.

### Misi

Misi dilain sisi, selain menjembatani agar visi dapat terealisasi, juga mempunyai fungsi mengenai keberadaan perusahaan dalam memperoleh mendapatkan hak untuk hidup di masyarakat.

Misi dari Ayam Goreng KPK adalah :

- a. Mengutamakan kualitas dalam hal apapun yang dilakukan (pelayanan) dan disajikan (makanan),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI dan 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. Memberikan harga yang terjangkau dan Memberikan nuansa tradisional dengan layanan modern,
- c. Mengembangkan inovasi demi kelangsungan dan ketahanan restoran,
- d. Mengembangkan usaha ke seluruh pelosok Indonesia termasuk ke pasar Internasional.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**B. Analisis Pesaing**

Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis adalah kemampuan seorang wirausahawan dalam menganalisis pesaing agar dapat memahami kelebihan dan kekurangan pesaing. Menurut Kotler dan Keller (2010:355), untuk mempersiapkan strategi bersaing yang efektif, perusahaan harus mempelajari pesaing serta pelanggan aktual dan potensial. Perusahaan perlu mengkaji tujuan, strategi, kekuatan dan kelemahan pesaing. Perusahaan harus mengidentifikasi pesaingnya dengan menggunakan analisis industri dan analisis pasar.

Dengan mengetahui karakteristik pesaing, maka perusahaan dapat menerapkan strategi persaingan yang efektif dalam menghadapi pesaingnya. Untuk mengumpulkan informasi mengenai pesaing dapat dilakukan dengan observasi langsung atau melakukan komunikasi dengan konsumen dari pesaing.

Selanjutnya Selanjutnya, menurut Fred R. David (2011:106), Lima kekuatan Porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industry. Model Lima Kekuatan Porter adalah suatu kerangka kerja untuk analisis industri dan pengembangan strategi bisnis. Menurut Porter,

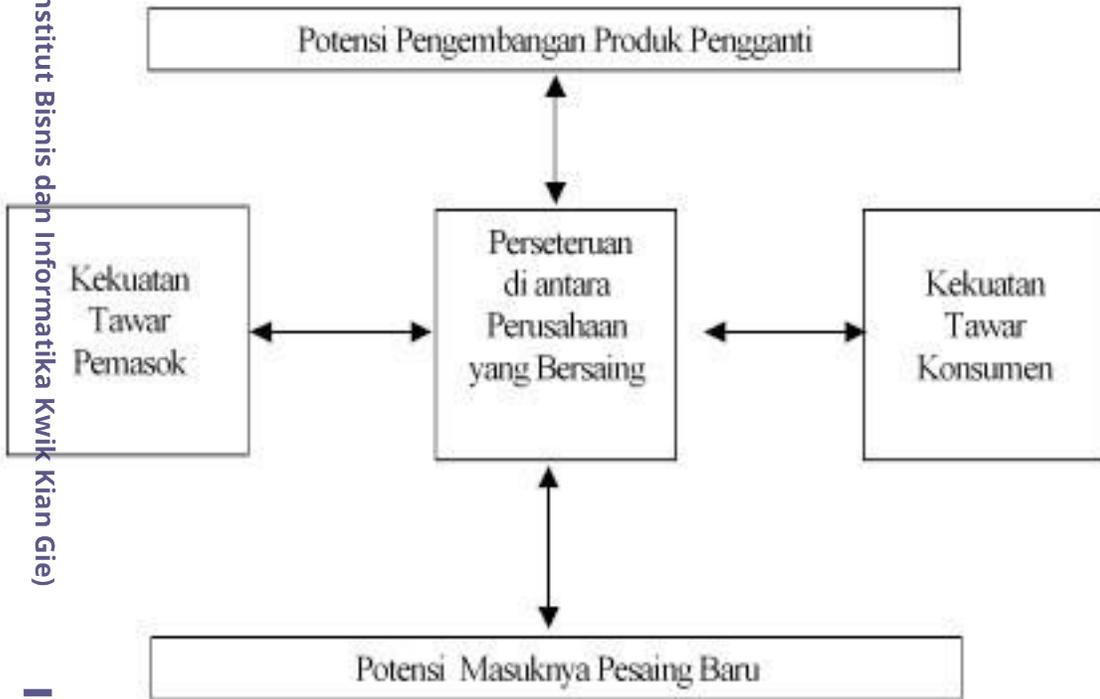
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



hakikat persaingan di suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan .

Gambar 2.1

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



Sumber: Porter (1985:5)

1. Persaingan antar perusahaan saingan

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

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



Bisnis ayam goreng telah ada cukup lama dan terdapat beberapa pesaing yang telah ada dan berumur lebih dari lima tahun, karena itu ayam goreng KPK akan menyediakan fasilitas yang lebih memadai dan berkualitas dibandingkan para pesaing, meliputi penggunaan bahan baku seperti ayam segar potong bukan ayam tiren (mati kemaren), bumbu dan rempah yang fresh dan berkualitas dalam pengelolaan ayam maupun pembuatan sambal, tulang ayamnya dapat dimakan karena tingkat kelunakannya yang sangat lembut dengan menggunakan presto cooker modern, sehingga menciptakan ayam dengan tulang yang sangat lunak dan daging yang empuk, mempunyai sambal dan ayam goreng khas dengan dibungkus dengan daun pandan.

## 2. Potensi masuknya pesaing baru

Ketika perusahaan baru dapat dengan mudah masuk ke dalam industri tertentu, intensitas persaingan antar perusahaan akan meningkat. Hambatan bagi masuknya perusahaan baru dapat mencakup kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi dengan cepat, kebutuhan untuk mendapatkan teknologi dan pengetahuan khusus, kuatnya preferensi merek, lokasi, besarnya kebutuhan akan modal, dan lain-lain.

Tingkat persaingan di bidang makanan, khususnya ayam goreng tidak termasuk tinggi karena besarnya modal yang dibutuhkan, tetapi ayam goreng KPK tetap akan memberikan pelayanan yang terbaik dan mempertahankan kualitas fasilitas yang ada untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

## 3. Potensi pengembangan produk-produk pengganti

Dalam banyak industri, perusahaan harus bersaing tidak hanya dengan perusahaan dengan produk sejenis, tapi juga bersaing dengan perusahaan produk-produk substitusi atau pengganti. Namun, pada perusahaan jasa, jarang ditemukan jasa substitusi, karena sifat jasa adalah unik dan berbeda tergantung pada penyedia jasanya.

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. Daya tawar pemasok



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE

Daya tawar pemasok berpengaruh terhadap intensitas persaingan dalam suatu industry. Pemasok maupun produsen ingin memberikan harga yang masuk akal, perbaikan kualitas dan keuntungan. Oleh karena itu, perlu dicari *win –win solution*, dimana adanya simbiosis mutualisme sehingga kemitraan dapat terjalin dengan baik. Karena itu ayam goreng KPK akan menjalin hubungan kerjasama sebaik mungkin dengan pemasok.

#### 5. Daya tawar konsumen

Daya tawar konsumen juga mempengaruhi intensitas persaingan dalam suatu industry. Terutama untuk perusahaan jasa, konsumen cenderung akan menawar harga atau membandingkan harga pesaing. Karena itu ayam goreng KPK akan menetapkan harga yang kompetitif (bersaing dengan pesaingnya).

Dalam melakukan analisis terhadap perusahaan pesaing, pemilik akan menentukan beberapa faktor yang dapat dijadikan acuan dalam menentukan kekuatan dan kelemahan para pesaingnya, Antara lain :

##### Harga

Penilaian berdasarkan jumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan fasilitas atau hasil yang sesuai dengan yang dikeluarkan konsumen.

##### Akses menuju lokasi

Penilaian berdasarkan lokasi gedung yang meliputi kualitas jalan yang dapat dilalui, kendaraan umum yang melintas, dan jarak yang harus ditempuh oleh konsumen menuju lokasi.

##### Kondisi tempat makan

Penilaian berdasarkan suasana tempat makan apakah bersih dan nyaman.

##### Kualitas bahan baku

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Penilaian berdasarkan bahan baku, apakah bahan baku yang digunakan *fresh* atau sudah *expired*.

Kondisi gedung

Penilaian berdasarkan kondisi gedung meliputi kondisi atap yang mengalami kebocoran atau tidak dan kebersihan gedung.

Fasilitas

Penilaian berdasarkan kelengkapan fasilitas penunjang seperti *air conditioner* (AC) dingin atau tidak, kebersihan toilet, dan tingkat *service* dari pelayan.

Restoran ayam goreng KPK akan didirikan di daerah Kota Bekasi, karena itu dilakukan penelitian melalui pengamatan langsung dan tidak langsung mengenai beberapa pesaing yang berada di sekitar Kota Bekasi :

#### 1. Rumah Makan Ayam Jantan

Rumah makan yang berlokasi di Jl. Bintara dalam No. 8A, Bekasi Barat, dan harga ayam goreng disini Rp 20.000,-. Alat goreng yang digunakan ada 2(dua) buah.

Kelebihan :

- Lokasi yang cukup mudah dijangkau karena berada di depan Hotel Bekasi Indah,
- Lapangan parkir kendaraan cukup luas,
- Kondisi gedung masih baik karena tidak mengalami kebocoran saat hujan.

Kelemahan :

- Tidak menggunakan pendingin udara dan sempit ruangnya,
- Lokasi masuk ke dalam gang.
- 

#### 2. Rumah Makan Ayam Kehidupan

Rumah Makan Ayam Goreng Kehidupan berada di Jl. Bintara Raya No. 10C, Bekasi Barat, harga ayam goreng disini Rp 22.000,-.

Kelebihan :

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

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.

- a) Pelayanan yang lumayan cepat,
- b) Kondisi gedung baik.
- c) Terletak di Jalan Protokol Bekasi.

Kelemahan :

- a) Lumayan jauh dari Bintara,
- b) Rasa makanan berubah-ubah,
- c) Harga yang cukup mahal, karena ada *service charge*.

3. Tenda OFC

Tenda OFC berada di Jl. Malaka Hijau No. 17A, Jakarta Timur yang terletak di perbatasan Bekasi dan Jakarta Timur. Harga makanan disini Rp 18.000,-.

Kelebihan :

- a) Lapangan parkir gratis
- b) Harga makanan murah

Kelemahan :

- a) Tidak ada fasilitas toilet, pendingin ruangan dan wifi,
- b) Tempat makannya seadanya saja,
- c) Alat goreng yang tidak terawat.



Tabel 2.1

Analisis Pesaing

Faktor Penentu	Rumah Makan Ayam Jantan	Rumah Makan Ayam Kehidupan	Tenda OFC
Harga	Baik	Sedang	Baik
Akses Menuju Lokasi	Baik	Sedang	Baik
Kondisi Tempat Makan	Baik	Baik	Sedang
Kualitas Bahan Baku	Baik	Baik	Sedang
Kondisi Gedung	Baik	Baik	Sedang
Fasilitas	Baik	Baik	Sedang

Sumber : Pengamatan 2014

Setelah mengenali perusahaan pesaing, serta tujuan dan strateginya, Restoran Ayam Goreng KPK dapat menilai kekuatan dan kelemahan pesaing menggunakan *Competitive Profil Matrix (CPM)*.

David (2009:160) menyatakan bahwa analisis CPM digunakan untuk mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan dan juga keterikatan kekuatan dan kelemahan khusus mereka untuk menjadi pembanding dalam posisi strategis perusahaan. Peringkat dan bobot skor total digunakan dalam menganalisis profil kompetitif yang nantinya akan dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Berikut ini adalah keterangan penilaian dari skala 1-4 yang menyatakan nilai sangat buruk hingga sangat baik.

© Hak cipta milik BI KIE (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 sumbernya.
  - 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 2.2

Restoran Ayam Goreng KPK  
Tabel Competitive Profile Matrix (CPM)

Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	Ayam Goreng KPK		Ayam Jantan		Ayam Kehidupan		Ayam OFC	
		Peringkat	Skor	Peringkat	skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Harga	0,25	3	0,75	3	0,75	2	0,5	4	1
Variasi Sajian	0,10	3	0,3	4	0,4	2	0,2	4	0,4
Kondisi Lokasi Restoran	0,15	4	0,6	4	0,6	4	0,6	2	0,3
Kualitas Bahan Baku	0,15	3	0,45	4	0,6	3	0,45	2	0,3
Kondisi Gedung	0,15	4	0,6	4	0,6	4	0,6	2	0,3
Fasilitas	0,10	3	0,3	4	0,4	4	0,4	2	0,2
<b>TOTAL</b>			<b>3</b>		<b>3,35</b>		<b>2,75</b>		<b>2,5</b>

Sumber : data diolah oleh penulis

Keterangan :

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



Pada table 2.2 *Competitive Profile Matrix* (cpm) diatas dapat dilihat bahwa Ayam Jantan memiliki skor tertinggi, yaitu 3.35. Harga yang ditetapkan adalah harga yang kompetitif dengan para pesaingnya. Sedangkan untuk ayam goreng KPK memiliki total skor 3, ayam kehidupan memiliki skor 2.75 dan untuk ayam ofc dengan skor 2.5.

Tabel di atas menunjukkan kualitas produk harga, fasilitas, kondisi gedung, varian sambal dan lokasi yang menjadi faktor penentu keberhasilan pada *Competitive Profile Matrix* (cpm) karena merupakan hal penting yang perlu diperhatikan *Ayam Goreng KPK* dan saingan sejenaknya.

Pertama kualitas produk menjadi hal penting yang harus diperhatikan karena menyangkut cita rasa produk yang ditawarkan dan juga berkaitan dengan kesehatan konsumen. Dalam hal ini tentunya *Ayam Goreng KPK* memperhatikan faktor tersebut, namun mungkin dalam hal bentuk penyajian dan varian menu masih belum mampu mengungguli ayam jantan.

Harga membawa pengaruh pada loyalitas konsumen di mana konsumen tidak akan merasa kecewa jika penetapan harga sesuai dengan kualitas produk yang didapat. Dalam faktor harga *Ayam Goreng KPK* mampu bersaing dengan pesaing-pesaingnya dikarenakan harga yang ditawarkan termasuk ke dalam kategori terjangkau yang berarti tidak terlalu murah dan tidak terlalu mahal.

Lokasi juga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dari suatu restoran. Letak restoran yang strategis dapat mempengaruhi tingkat penjualan secara tidak langsung. Lokasi *Ayam Goreng KPK* sangat strategis karena berada di pusat kota yang ramai dilalui masyarakat Bekasi. Dalam hal lokasi, *Ayam Goreng KPK* unggul dibandingkan *Ayam OFC* yang terletak lebih di pinggir sisi Bekasi serta masih mampu bersaing dengan *Ayam Jantan* dan *Ayam Kehidupan* karena lokasi keduanya masih berada di dalam jangkauan masyarakat Bekasi.

Namun dapat disimpulkan bahwa *Ayam Jantan* merupakan pesaing terberat *Ayam Goreng KPK* karena secara keseluruhan *Ayam Jantan* memang lebih unggul dari *Ayam Goreng KPK* dan pesaing lainnya karena sudah berdiri lebih lama dan sudah dikenal masyarakat Bekasi.



Dalam memilih strategi yang diterapkan perusahaan makan perusahaan harus melakukan penilaian SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) Analysis dahulu. Berikut ini

adalah analisis SWOT Ayam Goreng KPK :

### 1. *Strengths (Kekuatan)*

- a) Adanya Varian Sambal,
- b) Adanya varian jenis ayam (Ayam kampung dan Ayam negeri )
- c) Harga yang ditetapkan kompetitif,
- d) 2 lantai restoran
- e) Lokasi yang dipilih strategis karena berada di dekat jalan utama dan dikelilingi beberapa perumahan dan pertokoan,
- f) Menggunakan *presto cooker modern* sehingga ayam sangat lembut, empuk dan tulangnyapun sangat lunak sehingga dapat dimakan.

### 2. *Weakness (Kelemahan)*

- a) Kurangnya pengalaman dalam hal manajemen, karena Restoran Ayam Goreng KPK merupakan perusahaan pertama yang dirintis oleh pemilik.
- b) Restoran Ayam Goreng KPK merupakan perusahaan baru, karena itu memerlukan waktu sebelum mulai dikenal oleh konsumen secara luas.

### 3. *Opportunities (Peluang)*

- a) Permintaan pasar terhadap ayam goreng sangat tinggi,
- b) Kota Bekasi merupakan daerah yang sedang berkembang dengan pesat, dan akan dibuka daerah pemukiman baru atas meningkatnya jumlah masyarakat kelas menengah atas di daerah ini,
- c) Jumlah rumah makan yang ada saat ini belum mampu memenuhi tingkat permintaan konsumen khususnya di akhir pekan dan hari-hari libur.

### 4. *Threats (Ancaman)*

- a) Ancaman adanya penyakit flu burung atau unggas,
- b) Tingkat perekonomian Indonesia yang kurang stabil seperti masalah kenaikan harga bahan bakar minyak yang mempengaruhi daya beli konsumen,
- c) Ancaman dari para pesaing lama yang memiliki konsumen loy

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBKKG (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 IBKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Tabel 2.3

Analisis Matriks SWOT

Ayam Goreng KPK

Strengths	Weakness
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya varian sambal yang menarik dan nikmat,</li> <li>2. Adanya varian jenis ayam (Ayam kampung dan Ayam negeri ),</li> <li>3. Harga yang ditetapkan kompetitif,</li> <li>4. 2 rantai restoran,</li> <li>5. Lokasi yang dipilih strategis karena berada di dekat jalan protokol dan dikelilingi beberapa perumahan dan pertokoan,</li> <li>6. Menggunakan <i>presto cooker modern</i> sehingga ayam sangat lembut, empuk dan tulangnya pun sangat lunak sehingga dapat dimakan.</li> <li>7. Menggunakan bumbu khas dari pemilik sehingga memberikan rasa yang berbeda dengan pesaing lainnya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya pengalaman dalam hal manajemen, karena Restoran Ayam Goreng KPK merupakan perusahaan pertama yang dirintis oleh pemilik.,</li> <li>2. Restoran Ayam Goreng KPK merupakan perusahaan baru, karena itu memerlukan waktu sebelum mulai dikenal oleh konsumen secara luas.</li> </ol>

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.





Threats	Strategi S-T	Strategi W-T
<p><b>1. Ancaman</b> adanya <b>Penyakit</b> flu burung atau <b>ganas</b></p> <p><b>2. Tekanan</b> perekonomian <b>Indonesia</b> yang kurang <b>stabil</b> seperti masalah <b>kenaikan harga</b> bahan <b>bakar</b> minyak yang <b>mempengaruhi</b> daya beli <b>konsumen</b>,</p> <p><b>3. Ancaman</b> dari para <b>pesaing</b> lama yang <b>memiliki</b> konsumen <b>loyal</b></p> <p><b>1. Ancaman</b> adanya <b>Penyakit</b> flu burung atau <b>ganas</b></p> <p><b>2. Tekanan</b> perekonomian <b>Indonesia</b> yang kurang <b>stabil</b> seperti masalah <b>kenaikan harga</b> bahan <b>bakar</b> minyak yang <b>mempengaruhi</b> daya beli <b>konsumen</b>,</p> <p><b>3. Ancaman</b> dari para <b>pesaing</b> lama yang <b>memiliki</b> konsumen <b>loyal</b></p>	<p><b>1. Menjaga dan meningkatkan kualitas</b> fasilitas yang ada (S1, T3),</p> <p><b>2. Mengadakan <i>free flow</i></b> atau minum gratis (S2, T2, T3).</p>	<p><b>1. Meningkatkan pengetahuan dan pengalaman</b> dalam berbisnis dengan mengamati dan menangani Restoran Ayam Goreng KPK secara langsung dan berkonsultasi dengan pemilik usaha sejenis yang sudah sukses di daerah lain. (W1, R3),</p> <p><b>2. Menjalin hubungan yang baik</b> dengan konsumen dengan melakukan system feed back (umpan balik) (W2, T1, T3),</p> <p><b>3. Mensponsori kegiatan agama</b> seperti perayaan natal, idul fitri, imlek, cap go meh, dll) (W2, T3).</p>

Sumber: Restoran Ayam Goreng KPK



### C. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah suatu proses membagi pasar ke dalam segmen-segmen dengan potensial dengan kesamaan karakteristik yang menunjukkan adanya kesamaan perilaku pembeli dan sebagai suatu proses pembagian pasar keseluruhan menjadi kelompok-kelompok pasar yang terdiri dari orang-orang yang secara relatif memiliki kebutuhan produk yang serupa.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:225), segmentasi pasar adalah membagi sebuah pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan, karakteristik atau perilaku yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang terpisah. Melalui segmentasi pasar, perusahaan membagi pasar yang besar ke dalam segmen-segmen yang kecil, sehingga dapat dijangkau oleh perusahaan secara lebih efisien dan efektif dengan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam segmen tersebut.

Pasar, khususnya pasar konsumen dapat disegmentasi berdasarkan tiga kelompok besar variabel yaitu : segmentasi geografis, segmentasi demografis, dan segmentasi psikografis.

#### 1) Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis mengharuskan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, seperti: Negara-negara bagian, wilayah, propinsi, kota, atau lingkungan rumah tangga. Perusahaan dapat memutuskan untuk beroperasi dalam satu atau sedikit wilayah geografis atau beroperasi dalam seluruh wilayah tetapi memberikan perhatian pada variasi lokal.

##### a. Penduduk

Penduduk merupakan pelaku sekaligus sasaran pembangunan, sehingga data penduduk merupakan data pokok yang perlu diketahui karakteristiknya (kuantitas, distribusi, komposisi dan kualitas) untuk mengetahui potensi

© Hak cipta milik IBIKKG

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutipkan 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 kebutuhan – kebutuhan yang diperlukan dalam rangka menuju subyek yang berkualitas. Data penduduk yang ditampilkan bersumber dari *Badan Pusat Statistik Kota Bekasi*.

Berdasarkan segmentasi geografis segmen yang dituju oleh Restoran Ayam Goreng KPK adalah penduduk di wilayah kota Bekasi. Penduduk Kota Bekasi tahun 2009-2012 menurut *Badan Pusat Statistik Kota Bekasi* sebanyak :

2009 : 2.319.518 jiwa, 2010 : 2.334.871 jiwa, 2011 : 2.422.922 jiwa, 2012 : 2.523.032 jiwa

**Gambar 2.2**

**Jumlah Penduduk Kota Bekasi**

**Tahun 2009 - 2012**

Kecamatan <i>Sub Regency</i>	Luas Wilayah <i>Region on Area</i> (Km <sup>2</sup> )	Jumlah Kelurahan <i>Number of Village</i>	Jumlah Penduduk <i>Number of Population<sup>1</sup></i>
-1	-2	-3	-4
1. Pondokgede	16,29	5	267.31
2. Jatisampurna	14,49	5	117.17
3. Pondokmelati	18,57	4	139.725
4. Jatiasih	22,00	6	216.26
5. Bantargebang	17,04	4	105.019
6. Mustikajaya	24,73	4	187.229
7. Bekasi Timur	13,49	4	255.928
8. Rawalumbu	15,67	4	227.198
9. Bekasi Selatan	14,96	5	215.05
10. Bekasi Barat	18,89	5	286.142
11. Medansatria	14,71	4	171.769
23. Bekasi Utara	19,65	6	334.232
<b>Kota Bekasi</b>	<b>210,49</b>	<b>56</b>	<b>2.523.032</b>
Tahun 2011 <sup>2)</sup>	210,49	56	2.422.922
Tahun 2010 <sup>3)</sup>	210,49	56	2.334.871
Tahun 2009 <sup>3)</sup>	210,49	56	2.319.518

**Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bekasi 2009-2012.**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**



## 2. Segmentasi Demografis

Dalam segmentasi demografi, pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok dengan dasar pembagian seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan agama. Terdapat lima alasan pendekatan demografi selalu diikuti sertakan, antara lain karena informasi demografi adalah informasi yang mudah dijangkau dan relatif lebih murah untuk mengidentifikasi target market, informasi demografi memberikan pandangan tentang tren yang sedang terjadi. Meski segmentasi demografi tidak dapat meramalkan perilaku konsumen, segmentasi demografi dapat melihat perubahan permintaan aneka produk. Segmentasi demografi juga dapat digunakan untuk mengevaluasi kampanye-kampanye pemasaran.

Faktor demografis adalah dasar paling umum yang digunakan untuk menetapkan segmentasi kelompok pelanggan, karena tingkat variasi kebutuhan, keinginan dan penggunaan konsumen sering berhubungan erat dengan variabel demografis. Selain itu, variabel demografis lebih mudah diukur daripada kebanyakan tipe variabel lainnya.

Restoran ayam goreng KPK membagi pasar berdasarkan pekerjaan dan pendapatan. Pekerjaan yang dituju adalah orang yang bekerja di perkantoran dan penjaga toko tetapi tidak menutup kemungkinan orang di luar pekerjaan tersebut. Pekerja kantor adalah orang yang sangat sibuk dengan pekerjaan dan terkadang susah untuk memiliki waktu memasak di rumah begitu juga dengan penjaga toko.

## 3. Segmentasi psikografis

Konsumen dapat dibagi menurut demografi tetapi seringkali hal tersebut tidaklah cukup. Perusahaan ingin tahu lebih jauh apa sebenarnya yang membuat orang-orang yang memiliki usia, penghasilan, pendapatan dan pendidikan yang sama berbeda dalam merespon suatu stimuli pemasaran. Dalam segmentasi psikografi, perilaku konsumen diamati



melalui gaya hidup (*lifestyle*), nilai-nilai kehidupan (*value*) yang dianut, dan kepribadian (*personality*).

Restoran ayam goreng KPK fokus pada masyarakat yang gemar makan dan mencintai kuliner.

#### D. Ramalan Penjualan dan Anggaran Penjualan

Ramalan penjualan adalah perkiraan atau proyeksi secara teknis permintaan konsumen potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi. Target pasar yang dituju oleh Ayam Goreng KPK adalah masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar Bekasi, namun tidak menutup kemungkinan untuk melayani konsumen yang berasal dari daerah lain di luar Bekasi.

Fokus pasar Ayam Goreng KPK adalah masyarakat bertempat tinggal di Bintara, Harapan Indah, daerah Bekasi Lainnya dan Jakarta Timur.

##### Ramalan Penjualan

Dalam hal ini ramalan penjualan lebih merupakan pernyataan atau penilaian yang dikuantifisir terhadap kondisi masa depan mengenai penjualan sebagai proyeksi teknis dari permintaan konsumen potensial untuk jangka waktu tertentu.

##### Anggaran Penjualan

Anggaran Penjualan umumnya menggambarkan penghasilan yang diterima karena ada penjualan. Anggaran Penjualan meliputi anggaran tentang jenis produk yang akan dijual, volume produk yang akan dijual, harga per unit, waktu penjualan dan daerah penjualannya.

Restoran Ayam Goreng KPK memiliki anggaran penjualan dan ramalan penjualan.



Ramalan penjualan Restoran Ayam Goreng KPK sebagai proyeksi bisnis dari permintaan konsumen potensial ayam goreng KPK untuk jangka waktu tertentu. Ramalan penjualan restoran ayam goreng KPK hanya dipandang sebagai bahan masukan untuk mengembangkan suatu rencana penjualan.

Restoran Ayam Goreng KPK juga memiliki anggaran penjualan yaitu dimana harus mempertimbangkan keadaan persaingan dan kemampuan pasar menyerap peluang pasar.

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.