



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PASAR

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Analisis Industri merupakan sebuah penelitian bisnis yang fokus terhadap potensi yang dimiliki sebuah industri. Menurut Bruce R. Barringer dan R. Duane Ireland, (2016:172), industri adalah sekelompok perusahaan yang memproduksi produk ataupun jasa sejenis seperti musik, *pilates*, studio yoga, dan pabrik panel solar. Sedangkan lingkungan industri sendiri merupakan segala sesuatu yang berada di luar kendali perusahaan yang memberikan ketidakpastian dalam prosesnya. Segala ketidakpastian yang ada pada suatu lingkungan dapat menjadikan sebuah peluang ataupun ancaman bagi sebuah perusahaan, oleh karena itu seorang pengusaha perlu jeli dalam menganalisa sebuah lingkungan industri.

Berkaitan dengan analisis industri dan tren yang ada pada industri kuliner, maka Ropang PIK perlu melakukan analisis tren dan industri yang berkembang saat ini.

Tabel 3.1

Jumlah Penduduk Jakarta Utara Menurut Kelurahan Pada Tahun 2014

Kelurahan	Jumlah Penduduk Menurut Kelurahan (Jiwa)		
	Jumlah 2014	Perempuan 2014	Laki-Laki 2014
Kamal Muara	6423	6075	12498
Kapuk Muara	17622	16598	34220
Pejagalan	45954	44384	90338

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.



Penjaringan	57404	50785	108189
Pluit	24604	24982	49586
Penjaringan	152007	142824	294831
Pademangan Barat	46046	42774	88820
Pademangan Timur	20985	20858	41843
Ancol	14760	13150	27910
Pademangan	81791	76782	158573
Sunter Agung	40726	40046	80772
Sunter Jaya	34971	33540	68511
Papanggo	22867	21857	44724
Warakas	26617	25369	51986
Sungai Bambu	18317	17152	35469
Kebon Bawang	31642	29555	61197
Tanjung Priok	20938	19970	40908
Tanjung Priok	196078	187489	383567
Rawabadak Selatan	23093	22081	45174
Tugu Selatan	21652	20264	41916
Tugu Utara	40508	38943	79451
Lagoa	34896	33532	68428
Rawabadak Utara	20950	19602	40552
Koja	18241	16343	34584
Koja	159340	150765	310105
Kelapa Gading Barat	19644	19899	39543
Kelapa Gading Timur	18536	19512	38048
Pegangsaan Dua	26332	26348	52680
Kelapa Gading	64512	65759	130271
Sukapura	31722	31180	62902
Rorotan	20324	19652	39976
Marunda	13859	13001	26860
Cilincing	26267	24792	51059
Semper Timur	20431	19681	40112
Semper Barat	39866	38708	78574
Kalibaru	42663	40119	82782
Cilincing	195132	187133	382265
Jakarta Utara	848860	810752	1659612

Sumber : Ropang PIK, Mei 2016

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



Pertama, berkenaan dengan jumlah penduduk yang ada di Jakarta

nampaknya cukup besar, khususnya Jakarta Utara. Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS Jakarta Utara pada akhir tahun 2014, total jumlah penduduk laki-laki dan perempuan adalah sebesar 2.470.364 jiwa.

Tabel 3.2

Distribusi Persentase PDRB DKI Jakarta Menurut Lapangan Usaha Tahun 2014-2015 (dalam persen)

Lapangan Usaha	Triwulan I		Triwulan II		Semester I	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
A Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	0,10	0,09	0,10	0,09	0,10	0,09
B Pertambangan dan Penggalian	0,26	0,25	0,26	0,26	0,26	0,26
C Industri Pengolahan	13,67	13,95	13,49	13,90	13,67	13,93
D Pengadaan Listrik dan Gas	0,31	0,32	0,32	0,31	0,31	0,32
E Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
F Konstruksi	13,38	13,22	13,29	13,22	13,38	13,22
G Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	17,03	16,70	17,37	16,80	17,03	16,75
H Transportasi dan Pergudangan	3,06	3,22	3,05	3,29	3,06	3,25
I Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	5,22	5,43	5,13	5,47	5,22	5,45
J Informasi dan Komunikasi	7,45	7,19	7,32	7,09	7,45	7,14
K Jasa Keuangan dan Asuransi	10,21	10,23	10,37	9,99	10,21	10,11
L Real Estate	6,39	6,31	6,36	6,20	6,39	6,25
M,N Jasa Perusahaan	6,99	7,13	6,95	7,14	6,99	7,14
O Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	5,59	5,43	5,59	5,46	5,59	5,45
P Jasa Pendidikan	5,16	5,23	5,24	5,48	5,16	5,36
Q Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1,64	1,66	1,63	1,67	1,64	1,66
R,S,T,U Jasa Lainnya	3,48	3,59	3,48	3,58	3,48	3,58
PDRB	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: Jakarta.go.id (diakses 18 Mei 2016)

Kedua, berdasarkan data yang diperoleh pada gambar diatas, pada sektor penyediaan akomodasi, makan, dan minum terjadi peningkatan yang cukup besar.

Pada triwulan I tahun 2014 – 2015 terjadi peningkatan dari 5,22% ke 5,43%, sedangkan pada triwulan II tahun 2014-2015 terjadi peningkatan dari 5,13% ke 5,47%, dan pada semester I tahun 2014 – 2015 terjadi peningkatan dari 5,22% ke 5,47%. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan untuk membuka Ropang PIK

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



merupakan pilihan yang tepat. Dengan melihat peningkatan yang terjadi tren industri kuliner masih akan terus berkembang dan menguntungkan.

Keempat, industri makanan dan minuman dinilai memiliki peranan yang cukup penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sektor ini dijadikan sebagai salah satu prioritas oleh pemerintah sebagai penggerak dalam pertumbuhan ekonomi. Sejumlah lembaga perekonomian dunia memprediksi pertumbuhan ekonomi Indonesia pada 2016 akan lebih baik serta beberapa harga komoditas diperkirakan tidak akan turun lagi. Sektor makanan dan minuman juga merupakan salah satu industri yang pertumbuhannya tinggi. Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (Gapmmi) Adhi Lukman optimistis pertumbuhan industri mamin pada tahun ini bisa mencapai delapan persen. Menteri perindustrian Saleh Husin mengatakan, sektor industri mamin berkontribusi sebesar 31,20 persen terhadap produk domestik bruto (PDB) industri pengolahan nonmigas. Sedangkan, industri nonmigas berkontribusi sebesar 86,89 persen terhadap industri pengolahan atau sebesar 21,02 persen terhadap PDB nasional.

Peranan tersebut dapat dilihat dari sumbangan nilai ekspor produk mamin pada Mei 2015 yang mencapai 2,26 miliar dolar AS. Angka ini mengalami kenaikan 4,05 persen dibandingkan nilai ekspor pada Mei 2014 sebesar 2,175 miliar dolar AS.

Industri makanan dan minuman juga dinilai paling siap dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Adhi optimistis, industri mamin mampu bersaing pada era MEA jika pengusaha dan pemerintah bisa bekerja sama lebih erat lagi dalam meningkatkan daya saing industri dalam negeri.

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.



Menurut Adhi, daya saing dibentuk dari produk yang berkualitas serta iklim usaha yang berpihak pada pertumbuhan industri mamin. "Sekarang, setiap kebijakan yang dikeluarkan harus dikaji apa dampaknya secara luas bagi MEA sehingga tidak merugikan industri dalam negeri," katanya.

Adhi menambahkan, berdasarkan data Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), rencana investasi industri mamin sepanjang 2015 naik sebesar 326 persen atau senilai Rp 184,92 triliun. Di sisi lain, realisasi investasi di sektor tersebut pada kuartal II 2015 hanya mencapai Rp 32,6 triliun.

Adhi menilai, tanpa dukungan kebijakan iklim investasi yang baik, minat investasi yang tinggi akan sulit direalisasikan. Pada era MEA, sejumlah industri mamin nasional mulai mengembangkan sayap ke negara-negara ASEAN. (Sumber: Kemenperin.go.id . Data diakses pada tanggal 13 Mei 2016)

B. Analisis Pesaing

Seorang pebisnis pada umumnya tentu akan menghadapi sebuah persaingan dalam sisi apapun. Pebisnis yang berhasil adalah mereka yang dapat dengan jeli menganalisa segala kekurangan dan kelebihan yang dimiliki oleh pesaing mereka. Untuk menghadapi seorang pesaing tentunya pebisnis harus mempersiapkan strategi yang efektif dengan mempelajari strategi, tujuan, kekuatan, dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing tersebut serta mempelajari tentang pelanggan yang aktual maupun potensial. Analisis industri dan analisis pasar merupakan salah satu kajian yang digunakan untuk menganalisa pesaing.

Menurut Bruce R. Barringer dan R. Duane Ireland (2016: 187), analisis pesaing adalah *"is a detailed analysis of a firm's competition. It helps a firm understand the positions of its major competitor and the opportunities that are*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



available to obtain a competitive advantage in one or more areas". Dengan kata lain, "merupakan analisis detail kompetisi sebuah perusahaan. Dengan ini dapat membantu perusahaan untuk memahami posisi utama sebuah pesaing dan segala peluang yang tersedia dalam menangkap keuntungan kompetitif di satu atau lebih dari satu area". Menurut Fred R. David (2013:103), terdapat beberapa pertanyaan kunci yang dapat digunakan untuk dapat menang dalam persaingan. Berikut merupakan beberapa pertanyaan yang akan ditampilkan pada gambar di bawah ini :

Tabel 3.3
Pertanyaan Kunci Tentang Kompetitor

TABLE 3-7 Key Questions About Competitors

1. What are the major competitors' strengths?
2. What are the major competitors' weaknesses?
3. What are the major competitors' objectives and strategies?
4. How will the major competitors most likely respond to current economic, social, cultural, demographic, environmental, political, governmental, legal, technological, and competitive trends affecting our industry?
5. How vulnerable are the major competitors to our alternative company strategies?
6. How vulnerable are our alternative strategies to successful counterattack by our major competitors?
7. How are our products or services positioned relative to major competitors?
8. To what extent are new firms entering and old firms leaving this industry?
9. What key factors have resulted in our present competitive position in this industry?
10. How have the sales and profit rankings of major competitors in the industry changed over recent years? Why have these rankings changed that way?
11. What is the nature of supplier and distributor relationships in this industry?
12. To what extent could substitute products or services be a threat to competitors in this industry?

Sumber: Fred R. David (2013:103)

Perancang memilih dua pesaing yang dianggap cukup berpengaruh terhadap Ropang PIK. Berikut merupakan data profil mengenai pesaing:

1. Nama Usaha : Ropang plus -plus
- Alamat : Jalan Muara Karang Raya No. 107, Muara Karang, Jakarta Utara
- Produk : Roti panggang



2. Nama Usaha : Mr.Robaba
Alamat : Jalan Muara Karang A2 No. 165
Produk : Roti Bakar

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

C. Analisis PESTEL

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Salah satu cara yang dapat digunakan oleh sebuah perusahaan dalam menganalisa lingkungan yang bersifat eksternal dapat menggunakan analisis PESTEL. Analisis PESTEL merupakan sebuah pandangan perusahaan terhadap lingkungan makro eksternal yang tentunya dapat memberikan sebuah peluang maupun potensi agar perusahaan dapat berkembang. Dengan mencermati lingkungan tersebut, maka sebuah perusahaan dapat memahami apa yang dapat menjadi peluang ataupun ancaman bagi perusahaan, bahkan analisis ini juga merupakan salah satu bagi perusahaan dalam menentukan strategi dalam bersaing. Berikut merupakan analisis PESTEL pada Ropang PIK:

1. Politik

Sebuah usaha tidak akan pernah dapat lepas dalam kondisi politik disuatu negara. Kondisi politik yang terjadi adalah seperti adanya kenaikan harga saham, harga SDM, ataupun kenaikan inflasi. Keadaan politik yang sedang baik tentunya akan memberikan dampak positif terhadap segala bentuk industri. Namun perlu disadari pula bahwa Indonesia sebagai negara demokrasi sering memunculkan aspirasi masyarakat untuk mengeluarkan suaranya. Peristiwa ini sering terjadi dalam bentuk demo buruh yang besar dengan tuntutan terhadap Pemerintah untuk menaikkan UMR dan beberapa alasan lainnya. Pada bulan Mei 2016 merupakan bulan untuk memperingati hari buruh nasional. Sejumlah buruh dalam aksinya, menuntut agar pemerintah

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.



menghapus upah kecil dengan mencabut PP Nomor 78 Tahun 2015 tentang Pengupahan. Buruh juga mengangkat sejumlah isu, seperti menolak reklamasi pantai, penggusuran, dan RUU Tax Amnesti. Dengan adanya peristiwa seperti ini dapat menjadi ancaman bagi Ropang PIK dikarenakan sistem penggajian karyawan harus mengarah pada UMR.

2. Ekonomi

Tabel 3.4

Rata-rata Pengeluaran per Kapita Per Bulan Menurut Kelompok Barang, 2012-2013

Kelompok Barang	2012		2013	
	Rupiah	%	Rupiah	%
1.	2.	3.	4.	5.
1. Makanan	Rp518.980	39,56	Rp587.866	41,99
2. Bukan Makanan	Rp792.925	60,44	Rp812.169	58,01
Jumlah	Rp1.311.905	100	Rp1.400.035	100

Sumber: BPS.go.id (diakses 18 Mei 2016)

Kedaaan ekonomi suatu masyarakat dapat dilihat berdasarkan tingkat konsumsi. Tingkat konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat khususnya Jakarta Utara cukup tinggi. Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel diatas, ditunjukkan bahwa terjadinya peningkatan konsumsi khususnya makanan dari tahun 2012-2013. Besarnya pengeluaran Per Bulan masyarakat dari tahun 2012 adalah sebesar Rp. 518.980 dengan

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.



besar persentase 39,56% dan mengalami peningkatan pada tahun 2013 sebesar Rp. 587.866 dengan besar persentase 41,99%. Dengan adanya data tersebut terdapat peluang yang besar dan kecocokan bagi Ropang PIK untuk membuka industri kuliner dengan memilih lokasi di Food Plaza Pantai Indah Kapuk.

3. Sosial

Pada jaman sekarang, gaya hidup yang dimiliki oleh masyarakat muda di DKI Jakarta nampaklah berbeda. Hal ini juga dirasakan oleh para kalangan ibu rumah tangga, dimana saat ini masyarakat senang akan segala hal yang praktis, mudah dan cepat dalam memperoleh produk atau jasa yang diinginkannya. Dengan adanya peluang tersebut industri kuliner seperti *cafe* nampak memiliki peluang usaha yang besar. Di *cafe* masyarakat dapat memesan makanan dan minuman serta berbincang bersama sanak keluarga.

4. Teknologi

Perkembangan teknologi khususnya *social media* sudah sangat maju. Dengan adanya perkembangan *social media* dan berbagai aplikasi penunjang di *smartphone* saat ini sangat membantu para pelaku usaha maupun masyarakat. Melalui aplikasi *zomato* para masyarakat dapat mencari berbagai alternatif restoran dan berbagai menu yang ditawarkan dari restoran ataupun *cafe* yang diinginkan. Ada pula aplikasi *gojek* yang memudahkan para masyarakat untuk dapat melakukan pemesanan melalui jasa *go-food*. Melalui aplikasi *go-food* dapat dipilih berbagai lokasi restoran ataupun *cafe* yang diinginkan pula dengan dicantumkan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

menu dan harga. Produk yang diinginkan akan segera dibeli dan diantarkan ke alamat konsumen. Dengan aplikasi *google map* pun, orang – orang dapat dengan mudah menemukan lokasi yang diinginkan apabila mengalami kesulitan dalam mencari direksi atau arah tujuan. Ropang PIK dapat memanfaatkan peluang besar ini dengan mendaftar ke perusahaan yang bersangkutan dan merasakan berbagai keuntungan yang diperoleh.

5. Legal

Dalam aspek legal, pemerintah telah membuat peraturan perundang-undangan yang mengatur regulasi perizinan perusahaan. Waktu yang panjang dalam mengurus perizinan dan biaya yang mahal dalam perizinan membuat perusahaan kuliner membutuhkan modal yang besar.

Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) Franky Sibarani memastikan upaya pemerintah melakukan perbaikan peringkat dalam kemudahan menjalankan bisnis atau *Ease of Doing Business* (EoDB) merupakan langkah untuk mengakselerasi pertumbuhan perekonomian nasional.

"Perbaikan diharapkan meningkatkan partisipasi pelaku usaha dalam negeri bagi perekonomian nasional, peningkatan ekspor dan penciptaan lapangan kerja yang pada akhirnya memberikan kesejahteraan bagi masyarakat luas. Perbaikan kemudahan berusaha melalui penyederhanaan perizinan merupakan bagian dari Nawa Cita Presiden," kata ini diucapkan oleh ketua BKPM dalam siaran pers yang diterima di Jakarta, Jumat (8/4).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut Kepala BKPM, target pemerintah bukan hanya sekedar memperbaiki peringkat EoDB) tetapi juga melakukan perbaikan fundamental dengan melihat proses *end to end* untuk lebih memudahkan atau menyederhanakan prosedur, mempercepat waktu penyelesaian perizinan dan nonperizinan, serta efisiensi biaya dalam melakukan kegiatan usaha.

Di samping hal-hal yang prosedural, pemerintah sesuai arahan Presiden Joko Widodo terus berupaya untuk melakukan deregulasi melalui berbagai paket kebijakan. Hingga saat ini sudah diterbitkan 29 peraturan dari rencana 40 peraturan yang akan diterbitkan untuk memperbaiki kemudahan berusaha di Indonesia.

Menurut ketua BKPM, perbaikan kemudahan berusaha akan berdampak positif pada iklim usaha yang nantinya akan bermuara pada perputaran penanaman modal di Indonesia. "Dengan berbagai kemudahan yang telah diupayakan, maka kami optimistis bahwa perbaikan tersebut akan berdampak positif pada investasi baik dalam rangka PMDN (Penanaman Modal Dalam Negeri) maupun PMA (penanaman modal asing)," jelasnya. (Sumber : Republika.co.id, data diakses tanggal 16 Mei 2016). Dengan mudahnya kebijakan untuk mendirikan usaha dapat menjadikan peluang bagi Ropang PIK dan ancaman dikarenakan pesaing yang menjadi lebih mudah untuk terjun di usaha yang sama.

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.



6. Lingkungan

Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya akan sumber daya alam baik dari perikanan, perkebunan, rempah-rempah yang mendukung berjalannya sebuah industri. Dengan kayanya rempah-rempah saja Indonesia menjadi salah satu negara dengan aneka cita rasa ternikmat di dunia, contohnya seperti rendang. Dengan adanya analisa tersebut, maka Ropang PIK memiliki peluang yang besar dalam industri kuliner untuk terus berupaya memberikan hidangan kuliner dengan cita rasa yang nikmat dan merasakan adanya kemudahan dalam memperoleh segala bahan baku yang diperlukan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Analisis Five Porter's

Menurut Fred R. David (2015:239), “analisis kompetitif lima kekuatan porter adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Model ini merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk analisis kompetisi disepanjang industri dan pengembangan strategi bisnis secara luas. Pebisnis yang berhasil tentunya perlu mempersiapkan berbagai hal secara matang. Salah satu hal yang perlu dipersiapkan adalah dengan menentukan strategi dengan tepat. Oleh karena itu menurut Porter, hakikat persaingan di suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan :

Gambar 3.1

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



Sumber : Fred R. David (2015:239)

Berikut Penjelasan mengenai model lima kekuatan porter :

1. Persaingan Antar Perusahaan Sejenis

Persaingan antar perusahaan sejenis merupakan persaingan yang terjadi diantara perusahaan dengan menawarkan produk dan atau jasa yang sejenis. Persaingan antar perusahaan sejenis merupakan kekuatan yang terbesar dalam model ini apabila dibandingkan dengan kekuatan lainnya. Perusahaan harus dapat memberikan keunggulan kompetitif dari strategi yang dijalankan oleh perusahaan lain yang menjadikan pembeda.

Persaingan yang terjadi diantara bisnis kuliner khususnya ropang yang berbentuk *cafe* sangat ketat. Sudah banyak berdiri bisnis ropang baik yang berbentuk kaki lima seperti tenda ataupun bisnis ropang yang berbentuk *cafe* dengan konsep yang lebih mewah. Biasanya bisnis ropang yang berada di Jakarta dikenal dari mulut ke mulut karena beberapa faktor, karena harga yang murah, cita rasa yang nikmat, berbagai varian menu yang ditawarkan, lokasi

© 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.



yang dekat ataupun dengan ada pemanfaatan sosial media seperti instagram yang semakin memudahkan dalam penyampaian informasi.

Agar bisnis Ropang PIK dapat terus bertahan dan berinovasi, maka strategi pemasaran dan pelayanan yang diberikan terhadap konsumen Ropang PIK juga berbeda. Ropang PIK memberikan penawaran promo yang berbeda – beda pada tiap harinya yang memunculkan perilaku ingin tahu dari para konsumen dan Ropang PIK juga ada memberikan *event-event* atau tantangan yang menarik bagi para konsumen, dimana konsumen yang berhasil memenangkan tantangan tersebut akan mendapatkan hadiah atau penawaran menarik. Ropang PIK senantiasa bersikap informatif terhadap seluruh konsumen mereka yang loyal dengan memberikan berbagai informasi menarik melalui akun instagramnya

Kualitas pelayanan merupakan aspek yang penting karena secara tidak langsung dapat membangun aspek loyalitas dari para konsumen, hal ini dikarenakan karena kepercayaan dan kepuasan yang timbul dari benak konsumen. Konsumen yang loyal terhadap suatu perusahaan tentunya akan memberikan keunggulan tersendiri dalam persaingan diantara para pesaing.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Potensi masuknya pesaing baru dapat dilihat dari seberapa mudah atau tidaknya pesaing untuk masuk dalam bisnis tersebut. Hal ini dapat diukur dari seberapa besarnya resiko bisnis yang dijalani. Mudah atau tidaknya pesaing baru masuk dapat diukur dari seberapa mudah pesaing baru untuk memperoleh modal, pengetahuan, teknologi, pemilihan lokasi, merk yang digunakan, dan kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi dengan cepat.

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.



Potensi yang dimiliki oleh pesaing baru untuk memasuki pasar sangatlah besar. Beragam pesaing yang bermunculan dengan menawarkan keunikan dan kelebihan masing-masing dengan teknik promosi yang berbeda-beda. Namun tidak semua bisnis ropanng yang dapat bertahan dengan keramaian setiap saat. Bisnis ropanng yang memiliki teknik pemasaran unik dengan berbagai inovasi yang diberikanlah yang dapat bertahan dalam suatu pasar. Ropang PIK perlu berhati-hati dan waspada terhadap setiap pesaing. Seorang pebisnis yang berhasil adalah pebisnis yang terus belajar, dengan mempelajari segala tren yang ada di pasar serta segala strategi yang digunakan oleh para pesaing adalah hal yang wajib.

Potensi masuknya pesaing baru cukuplah besar. Banyak pesaing baru yang bermunculan dengan menawarkan kelebihan masing-masing. Namun, tidak semua dari perusahaan biro perjalanan dapat dikenal oleh masyarakat secara umum. Faktor pemasaran menjadi hal penting agar nama perusahaan diingat oleh calon konsumen. Ropang PIK harus tetap mewaspadaai setiap pesaing. Selain itu, memperhatikan dan mempelajari setiap strategi dan taktik yang dilakukan oleh para pesaing juga merupakan suatu kewajiban. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh Ropang PIK adalah dengan terus memberikan penawaran yang menarik dan informatif melalui akun instagram, serta pelayanan yang terbaik saat konsumen berkunjung.

3. Potensi Pengembangan Produk-Produk Pengganti

Produk-produk pengganti yang ditawarkan oleh perusahaan lain merupakan ancaman yang cukup kuat bagi suatu perusahaan. produk tersebut dapat dikatakan sebagai ancaman apabila konsumen merasakan adanya manfaat yang cukup sama setelah menikmati produk tersebut. Harga yang tidak terlalu

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



mahal dari produk substitusi tersebut juga menjadi salah satu faktor ancaman.

Hal yang terpenting adalah apabila produk substitusi tersebut dapat diperoleh dengan mudah dan cepat seiring dengan perkembangan teknologi melalui adanya *e-commerce* atau *online shop* yang sedang berkembang saat ini.

Produk dan atau jasa yang dapat menggantikan merupakan ancaman bagi perusahaan. Produk substitusi dapat menjadi ancaman yang kuat apabila produk dan atau jasa tersebut dapat menjadi alternatif secara penuh bagi konsumen. Mudahnya konsumen memperoleh produk pengganti tentunya akan mengancam keberadaan pasar. Munculnya produk pengganti bisa diakibatkan karena harga produk utama terbilang mahal atau bisa juga dikarenakan munculnya teknologi baru yang lebih efektif dan efisien baik dalam waktu maupun harga.

Pada umumnya, ancaman produk pengganti bagi industri kuliner cukup besar. Ancaman produk pengganti bagi Ropang PIK adalah para pelaku usaha *cafe* atau restoran yang menawarkan berbagai makanan lainnya dengan jenis dan kualitas rasa yang berbeda – beda. Promo yang berbeda – beda dari tiap produk pengganti juga menjadikan ancaman yang besar bagi Ropang PIK .

4. Daya Tawar Pemasok

Pemasok merupakan salah satu pihak yang akan mempengaruhi seberapa baiknya usaha yang akan dijalankan. Seorang pengusaha tentunya perlu mempertimbangkan bagaimana cara memperoleh pemasok dengan mudah. Pemasok yang baik tentunya adalah pemasok yang dapat memberikan harga yang sesuai, memberikan pelayanan yang baik dalam hal pembayaran dan pengiriman. Daya tawar pemasok dikatakan memiliki kekuatan yang tinggi apabila perusahaan membutuhkan biaya tinggi untuk mengganti sumber daya

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



yang dibutuhkan atau harus pindah pemasok dan dikatakan rendah apabila perusahaan dapat dengan mudah berpindah pemasok atau tidak diperlukan biaya yang terlalu tinggi.

Jenis industri yang digeluti oleh Ropang PIK merupakan kuliner. Tentunya dengan bergerak dalam jenis industri tersebut, Ropang PIK tidak terlalu sulit dalam mencari dan menemukan pemasok untuk menjalankan industrinya. Perancang dapat mencari dan mendapatkan berbagai keperluan yang dibutuhkan dari berbagai supplier, toko-toko, ataupun pasar yang tersebar diseluruh Jakarta.

Daya Tawar Konsumen

Setiap jenis usaha yang dijalankan oleh para pengusaha tentunya memerlukan seorang konsumen. Karena konsumen lah yang akan melakukan transaksi pembelian terhadap produk kita dan konsumen lah yang akan memberikan penilaian terhadap produk yang dihasilkan. Bisnis tidak akan dapat berdiri dengan adanya konsumen, oleh karena itu konsumen merupakan salah satu aset yang penting dalam segala jenis bisnis. Konsumen akan merasa puas apabila saat melakukan pembelian harga yang ditawarkan sesuai dengan nilai didapat saat melakukan konsumsi. Apabila hal tersebut tidak dipenuhi, maka konsumen dapat dengan mudah untuk pindah ke tempat lain. Disaat permintaan sedikit maka Ropang PIK akan berusaha meningkatkan permintaan melalui berbagai penawaran dan promo - promo yang menarik untuk memikat para konsumen.

E Analisis Posisi Dalam Persaingan

Sebuah perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu melakukan analisa posisi agar perusahaan dapat mengetahui posisinya dibandingkan dengan para



pesaing. Dengan perusahaan mengetahui posisinya saat ini, perusahaan dapat menentukan langkah strategis yang tepat dan harus dilakukan agar perusahaan dapat terus bersaing. Salah satu langkah yang dapat dilakukan oleh pebisnis dalam menentukan posisi dalam persaingan adalah dengan menggunakan metode siklus hidup produk / *Product Life Cycle* (PLC). Menurut Menurut Jay H. Dan Barry R. (2014:194), mengenai *Product Life Cycle*, bahwa “produk itu lahir. Mereka hidup dan mati. Mereka dibuang berdasarkan perubahan sosial. Ini cukup membantu untuk berpikir bahwa kehidupan produk terbagi atas empat fase. Fase tersebut terdiri atas pengenalan, pertumbuhan, dewasa dan penurunan.”

1. **Pengenalan** : pada tahap ini produk mulai dipasarkan dalam jumlah yang tinggi walaupun volume penjualan belum tinggi. Barang yang dijual biasanya masih barang yang baru, promosi yang dilakukan juga masih besar dan distribusi masih rendah.
2. **Pertumbuhan** : pada tahap ini desain produk sudah mulai stabil, dan peramalan yang efektif mengenai syarat kapasitas diperlukan. Penjualan dan laba juga meningkat cepat dalam tahap ini. Karena produk sudah mulai dikenal oleh para konsumen, promosi yang dilakukan juga sudah tidak segegar pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini pesaing juga sudah mulai memasuki pasar, sehingga persaingan menjadi semakin gencar.
3. **Kedewasaan** : pada tahap kedewasaan ini penjualan masih meningkat, namun laba mulai menurun. Persaingan harga pun semakin tajam. Oleh karena itu perlu dilakukan promosi yang lebih besar lagi untuk menghadapi para pesaing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

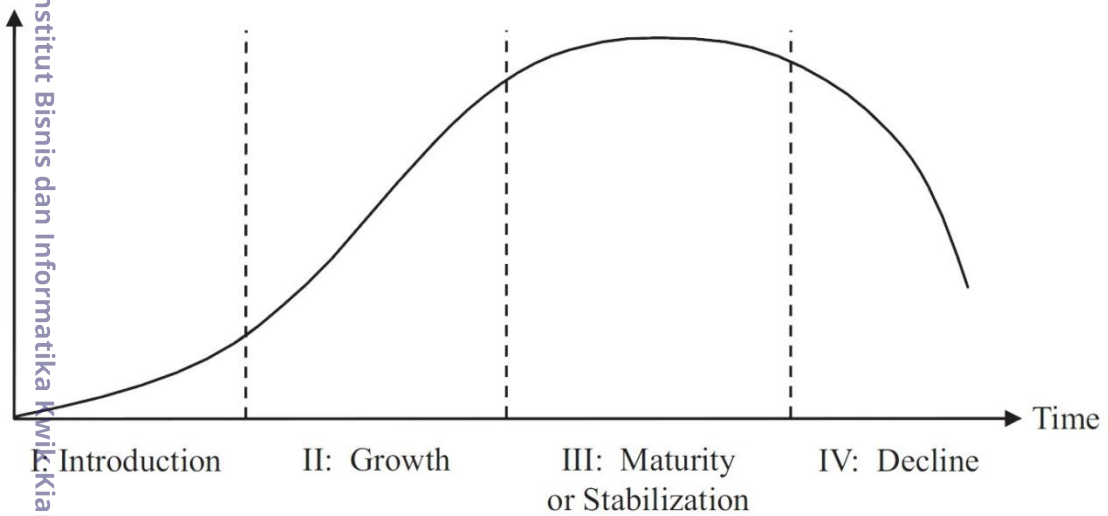
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

4. Penurunan : pada tahap ini barang sudah mulai kuno dan perlu dilakukan perubahan dari produk lama menjadi produk yang lebih baru agar merek yang dimiliki tetap bisa bersaing di pasar.

Gambar 3.2

Product Life Cycle



Sumber : Wikipedia.com (data diakses 20 Mei 2016)

Berdasarkan penjelasan diatas maka Ropang PIK berada pada tahap perkenalan, sedangkan pesaing Ropang PIK seperti Mr.Robaba dan Ropang plus-plus berada pada tahap pertumbuhan. Berikut merupakan alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh Ropang PIK pada tahap pertumbuhan :

1. Strategi peluncuran cepat : peluncuran produk baru pada harga tinggi dengan tingkat promosi yang tinggi.
2. Strategi peluncuran lambat : merupakan peluncuran produk baru dengan harga tinggi dan sedikit promosi.

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. Strategi penetrasi cepat : merupakan peluncuran produk baru dengan harga rendah dan promosi yang tinggi.
4. Strategi penetrasi lambat : merupakan peluncuran produk baru dengan harga dan promosi yang rendah.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

F. Analisis Industri dan Pengembangan Strategi

Setiap perusahaan yang menjalankan usahanya perlu melakukan analisis industri. Analisis ini bertujuan untuk membantu perusahaan mengetahui segala prosedur, seluk beluk yang dilakukan dalam sebuah kegiatan di industri. Dengan melakukan analisis ini perusahaan juga dapat menangkap segala peluang usaha untuk meningkatkan kinerja dan keunggulan ditengah persaingan. Perusahaan juga perlu mengidentifikasi para pesaing agar perusahaan dapat menentukan tindakan yang perlu diambil beserta pilihan strategi yang tepat dalam menghadapi para pesaing.

Perusahaan yang telah menganalisa industri dengan baik tentunya dapat merumuskan sebuah strategi yang baik pula. Dengan adanya strategi tentunya perusahaan dapat mengatasi segala ancaman, serta menciptakan berbagai peluang yang ada untuk perusahaan. Analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM) dan analisis SWOT merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengembangkan berbagai strategi.

a) Analisis CPM (*Competitive Profil Matrix*)

Analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM). Metode tersebut merupakan suatu cara yang dilakukan oleh pelaku bisnis/perusahaan untuk menganalisa pesaing dengan membandingkan beberapa pesaing utama dengan perusahaan

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.



kita sendiri dan untuk melihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dari para pesaing.

Penilaian dilihat dengan membandingkan besarnya bobot dan skor yang diberikan oleh pelaku bisnis terhadap beberapa faktor keberhasilan pesaing (*critical success factor*). Besarnya bobot untuk seluruh total faktor kunci haruslah sama dengan satu, tidak boleh lebih ataupun kurang. Jika bobot dari salah satu faktor semakin besar, maka besar pengaruhnya juga semakin besar. Besarnya rating diberikan dari angka satu sampai dengan empat, dimana angka yang diperoleh berasal dari hasil survei maupun interview dari para pesaing. Angka satu menyatakan bahwa perusahaan tersebut belum memiliki kontrol yang baik terhadap faktor tersebut sedangkan angka empat perusahaan tersebut sudah memiliki kontrol yang sangat baik terhadap faktor tersebut. Angka yang diperoleh haruslah sesuai dengan keadaan yang nyata atau sebenarnya.

Untuk mengetahui hasil mana perusahaan yang sudah beroperasi dengan baik atau belum dapat dilihat dari total nilai yang diperoleh dari tiap perusahaan. Total nilai diperoleh dari hasil perkalian antara besarnya bobot dengan rating. Perusahaan dinyatakan baik apabila hasil perkalian di atas dari nilai 2,5. Apabila perusahaan mendapat nilai kurang dari nilai 2,5 maka perusahaan belum beroperasi dengan baik dan sebaliknya bila di atas 2,5 maka faktor tersebut dianggap sebagai kekuatan dan perusahaan mampu bersaing.

Metode CPM (*Competitive Profil Matrix*) juga dapat digunakan oleh perusahaan untuk menganalisis pesaing dalam upaya memahami kekuatan dan kelemahan pesaing secara lebih terperinci. Perancang menggunakan sampel acak pada kuesioner yang disebar di kota Jakarta sebanyak 50 orang. Berikut merupakan Analisis CPM pada Ropang PIK:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Tabel 3.5

Analisis CPM Ropang PIK

Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	Rencana Ropang PIK		Ropang Plus Plus		Mr.Robaba	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Kualitas rasa	0,2	4	0,8	3	0,6	4	0,8
kebersihan	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Kualitas pelayanan	0,15	4	0,6	4	0,6	4	0,6
Kenyamanan	0,15	3	0,45	4	0,6	3	0,45
lokasi	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Promosi	0,1	4	0,4	3	0,3	3	0,3
Varian menu	0,1	4	0,4	4	0,4	3	0,3
Harga	0,05	3	0,15	3	0,15	3	0,15
Total	1		3,55		3,4		3,35

Sumber: data diolah penulis, Mei 2016

Berikut adalah penjelasan mengenai posisi Ropang PIK dan pesaingnya berdasarkan Tabel CPM, yakni:

Analisis ini didukung berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan oleh Ropang PIK terhadap sampel acak sebanyak 50 orang di Jakarta. Berdasarkan hasil yang di dapat dari kuesioner yang telah disebarakan oleh Ropang PIK, respon yang di dapat positif. Berikut merupakan beberapa penjelasan yang menjadi faktor kunci dalam menjalani usaha roti panggang.

1) Kualitas rasa

Setiap masakan yang dihasilkan oleh setiap tempat tentunya berbeda. Rasa yang nikmat tentunya akan menjadi kunci loyalitas bagi konsumen untuk datang kembali. Oleh karena itu kualitas rasa menjadi faktor kunci sukses pertama. Tabel CPM di atas menunjukkan bahwa kualitas rasa memiliki bobot 0,25. Ini merupakan bobot terbesar dalam tabel. Berdasarkan tabel di atas, Ropang PIK memiliki rating yang sama

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.

© Hak dipatimilik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



dengan Mr.Robaba yakni 4. Hal ini menunjukkan bahwa rasa yang istimewa adalah kunci utama dalam keberhasilan sebuah usaha kuliner dan faktor ini menjadi kekuatan dari Ropang PIK

2) Kebersihan

Kebersihan menjadi kunci sukses kedua, dikarenakan konsumen sangat selektif dan memperhatikan segala penyajian yang disajikan dari sebuah tempat makan. Makanan yang kotor dan tidak higienis tentunya akan memberikan citra yang buruk dan kesan yang mengecewakan bagi konsumen. Kebersihan dari tempat itu sendiri juga menjadi salah satu perhatian dari konsumen. Tempat yang bersih, terhindar dari banyaknya aroma tidak enak dan sampah akan memberikan nilai lebih. Oleh karena itu Ropang PIK sangat menjaga kebersihan makanan dan lokasi.

3) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi kunci sukses ketiga. Penilaian terhadap kualitas pelayanan dapat dilihat dari beberapa aspek seperti bagaimana pengusaha melayani pesanan dari para konsumen, seberapa cepat penyajian dan keramahan merupakan beberapa aspek yang sangat menentukan baiknya sebuah usaha. Pelayanan yang baik tentunya akan membuat para konsumen senang dan kemungkinan besar konsumen akan loyal dan ingin berkunjung kembali. Oleh karena itu Ropang PIK sangat memperhatikan *time managment* dalam proses pelayanan. Ropang PIK sangat menekankan adanya proses peracikan makanan yang cepat hingga proses penyajian dari tenaga memasak. Ropang PIK juga menjaga keramahan terhadap semua konsumen.

4) Kenyamanan

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.



Kenyamanan merupakan kunci sukses keempat. Tempat nyaman akan membuat konsumen merasa senang saat berkunjung. Pada tabel CPM diatas kenyamanan diberi bobot 0,15, Ropang PIK mendapat skor 3 yang sama dengan Mr.Robaba dan berbeda dengan Ropang plus-plus yang mendapat skor 4. Ropang plus-plus memiliki penataan tempat yang baik dengan menggunakan material meja dan kursi yang baik. Ropang plus-plus juga memiliki penataan cahaya yang terang, menarik perhatian dan dekorasi yang unik. Oleh karena itu Ropang plus-plus memberikan terobosan bagi hadirnya Ropang PIK dan Mr.Robaba

5) Lokasi

Lokasi juga menjadi salah satu faktor keberhasilan. Tentunya dengan pemilihan lokasi yang baik konsumen juga sengan untuk berkunjung. Lokasi yang baik tentunya merupakan lokasi yang mudah dijangkau melalui berbagai akses, lokasi yang padat huni, menjadi pusat lalu-lalang kendaraan, mudah dicari dan salah satunya juga tersedia tempat parkir yang banyak. Pada tabel CPM diatas, lokasi diberikan bobot 0,1 dan dari ketiga brand diatas mendapatkan skor yang sama yaitu 3. Ropang PIK, Ropang plus-plus dan Mr.Robaba memiliki lokasi yang berdekatan yakni disekitar daerah Muara baru, Muara karang dan Pantai Indah Kapuk, dimana lokasi tersebut merupakan lokasi yang strategis, ramai dan menjadi salah satu lokasi dengan pusat kuliner.

6) Promosi

Promosi juga merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam sebuah usaha. Dengan adanya promosi tentunya brand akan jauh lebih

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

mudah untuk dikenal oleh masyarakat. Pemilihan metode promosi baik dari kreativitas setiap brand juga menjadi daya tarik masing-masing dan menjadi faktor dalam persaingan. Pada tabel CPM diatas promosi diberikan bobot 0,1. Ropang PIK mendapat skor paling tinggi yakni 4, sedangkan Ropang plus-plus dan Mr.Robaba mendapatkan skor 3. Ropang PIK menggunakan promosi melalui media instagram. Promosi yang ditawarkan oleh Ropang PIK dari hari Senin-Minggu adalah berbeda dengan memberikan berbagai tantangan tersendiri. Ropang PIK juga kadang-kadang menawarkan tantangan kepada konsumen, apabila konsumen berhasil memenangkan tantangan tersebut akan mendapatkan penawaran lainnya.

7) Varian menu

Varian menu menjadi kunci sukses ketujuh dari Analisis CPM diatas. Menu yang ditawarkan oleh setiap tempat tentunya memiliki perbedaan dan kesamaan. Menu tersebut menjadi daya tarik bagi setiap tempat. Menu yang baru, unik, kreatif dan belum pernah ada sebelumnya dari para pesaing tentunya menjadi daya tarik bagi konsumen untuk dikunjungi. Oleh karena itu Ropang PIK menawarkan berbagai menu baru yang belum ditawarkan oleh Ropang plus-plus dan Mr.Robaba. Ropang PIK juga mendapatkan skor tertinggi diantara dua brand tersebut yakni 4.

8) Harga

Harga menjadi kunci sukses terakhir dalam sebuah keberhasilan usaha. Biasanya harga memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi untuk beberapa produk, Namun berbeda dengan usaha kuliner. Biasanya

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.



konsumen sangat selektif dengan harga yang ditawarkan oleh sebuah tempat makan. Ada yang mencari makanan dengan harga yang murah, ada yang mencari makanan dengan harga murah dengan porsi yang banyak dan enak. Ada karakter konsumen yang rela untuk mengeluarkan uang untuk membayar makanan yang mahal dikarenakan porsinya yang besar dan enak atau hanya karena rasanya yang enak. Pada intinya penilaian harga adalah berdasarkan seberapa besar nilai yang diperoleh daripada beban yang dikeluarkan. Pada tabel CPM diatas harga diberikan bobot sebesar 0,05, Ropang PIK dan Mr.Robaba mendapatkan skor sebesar 3 sedangkan Ropang plus-plus mendapatkan skor 2.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b) Analisis SWOT

Tabel 3.6

Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) Ropang PIK

SWOT	<p><i>Strengths</i> (kekuatan):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi tempat strategis di Food Plaza PIK, Jakarta Utara 2. Pelayanan yang baik dari Ropang PIK 3. Menu yang variatif dan berbeda dari pesaing 4. Memiliki harga yang kompetitif dengan pesaing 5. Memiliki kualitas rasa yang nikmat. 	<p><i>Weaknesses</i> (Kelemahan):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum terlalu dikenal dan memiliki banyak pelanggan. 2. Belum memiliki pengalaman yang banyak.
	<p><i>Opportunities</i> (peluang):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gaya hidup masyarakat yang suka berkumpul bersama. 	<p>SO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mendaftarkan diri ke gojek agar konsumen dapat memesan langsung

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



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

<ol style="list-style-type: none"> 2. Adanya layanan jasa online gojek. 3. Perkembangan teknologi / <i>social media</i> (<i>instagram,path</i>) 4. Mudah mendapatkan bahan baku dari supplier. 	<p>dari aplikasi gojek. (S1,S2,O1,O2,O3)</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Membangun kerjasama yang lebih baik lagi dengan rekan serta meningkatkan loyalitas. (S2,S3,S4,O5) 3. Memberikan harga yang terjangkau kepada konsumen. (S2,S4,O1) 	<p>berbagai informasi melalui media sosial. (W1,O1,O3,)</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Merekrut tenaga kerja yang profesional di bidangnya. (W2,O1,O3) 3. Mengadakan event / memberikan tantangan kepada konsumen dan memberikan penawaran menarik. (W1,W2,O1,O3)
<p><i>Threats</i> (ancaman):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah masuknya pemain baru pada bidang yang sama. 2. Produk mudah ditiru oleh pesaing. 3. Daya tawar harga yang tidak stabil dari pemasok 	<p>ST:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan citra, kualitas produk dan pelayanan. (S2,S3,S4,S5,T1,T2) 2. Tetap menjaga harga yang terjangkau. (S4,S5, T1, T3) 3. Selalu melakukan pengembangan dan inovasi produk dengan mencari informasi melalui internet. (S2,S5,T1) 	<p>WT:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti berbagai kesempatan bazaar atau pameran kuliner (W1,W2,T1,T2) 2. Menggunakan jasa brand ambassador atau jasa promosi pada media sosial di instagram (W1,W2,T1) 3. Memberikan tester kepada konsumen untuk beberapa menu (W1,T2)

Sumber: data diolah penulis, Mei 2016