



## BAB II

### ANALISIS INDUSTRI

Sebelum membangun suatu usaha baru, seorang wirausaha hendaknya melakukan analisis industri agar dapat mengetahui lebih jelas mengenai kecenderungan-kecenderungan yang terjadi dalam industri tersebut.(trend).

Menurut Philip Khotler (2016:299), Industri adalah sekelompok perusahaan yang menawarkan suatu produk atau kelas produk yang merupakan substitusi yang erat satu sama lain. Tren adalah arah atau urutan kejadian yang memiliki daya gerak (momentum) dan berkelanjutan jangka panjang (*durability*) (Kotler,2016:95)

Beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menganalisis industri di antaranya adalah permintaan industri, persaingan, dan fokus pada *market* tertentu. Permintaan industri selalu berhubungan dengan industri yang sering digunakan oleh masyarakat. Pengetahuan tentang pasar yang sedang mengalami pertumbuhan atau penurunan, jumlah pesaing, semua kebutuhan pada kebutuhan konsumen merupakan persoalan penting dalam mencoba menetapkan bisnis potensial yang mungkin dicapai suatu usaha baru.

#### A. Gambaran Masa Depan dan Perkembangannya

Gambaran masa depan adalah seunit ramalan tentang kecenderungan-kecenderungan yang mungkin akan terjadi di masa yang akan datang. Dalam analisis industri, gambaran masa depan dapat mempengaruhi secara tidak langsung, tetapi gambaran industri ini dapat menentukan keberlangsungan hidup bagi perusahaan. Adanya gambaran ke depan perusahaan maka akan membuat perusahaan lebih mudah untuk mengambil langkah-langkah strategis agar harapannya tercapai. Kreatif dan



inovatif sangat dibutuhkan dalam mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Seiring berjalannya waktu, terus bertambahnya jumlah penduduk karena kelahiran, dan modernisasi gaya hidup, peluang usaha bisnis makanan tradisional menjadi semakin berprospek apalagi yang sudah mendunia. Karena dengan tren makanan modern yang selama ini begitu menjamur di Indonesia, mengakibatkan penjual makanan tradisional mulai dilupakan. Di saat jumlahnya menjadi terlalu sedikit seperti sekarang, dan konsumen mulai bosan dengan makanan non-tradisional Indonesia, kebutuhan akan makanan tradisional yang harus dipenuhi menjadi semakin banyak. Hal ini yang memicu Bumbu Colek untuk mengembalikan cita rasa masakan Indonesia.

Berikut dalam tabel 2.1 berisikan Pendapatan Domestik Regional Bruto Daerah Tahun 2009-2013

**Tabel 2.1**  
**Pendapatan Domestik Regional Bruto**

Lapangan Usaha	2009	2010	2011	2012	2013
Pertanian	301754	304274,47	306623,11	309135,67	314206,19
Pertambangan dan Penggalian	936029	949742,06	991054,97	982250,04	973975,08
Industri Pengolahan	58447652	60555943,29	63591048,83	65134279,30	65134279,33
Listrik Gas dan Air Bersih	2450865	2556921,98	2675718,31	2794492,73	2874116,12
Bangunan	38442395	41143270,46	4415689,36	47126748,00	49830408,13
Perdagangan, Hotel, dan Restoran	80154121	85980579,92	92345062,85	99005738,46	105365077,28
Pengangkutan dan Komunikasi	40769712	46766559,70	53233289,85	55509410,19	65960940,59
Keuangan, Persewaan, dan Jasa Perusahaan	106788434	111312729,73	117190316,10	123460986,05	129848396,81
Jasa-Jasa	43198538	46042415,76	49288736,82	53025606,60	56983845,84
<b>TOTAL</b>	<b>371469499</b>	<b>395622437,36</b>	<b>422242252,41</b>	<b>449805416,57</b>	<b>477285245,38</b>

Sumber: <http://jakarta.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/18>

Dari tabel 2.1 dapat dilihat dari pendapatan domestik regional bruto kota DKI Jakarta terhadap perdagangan, hotel dan restoran yang terjadi pada tahun 2009-2013. Pada tahun 2009 industri perdagangan, hotel, dan restoran memberikan kontribusi sebesar 21.58% dari total PDB. Sedangkan pada tahun 2010 sebesar 21.73%, tahun 2011 sebesar 21.87%, tahun 2012 sebesar 22.01% dan tahun 2013 sebesar 22.08%. Dari data

Hak cipta dimiliki IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi Undang-Undang. 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. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tersebut dapat dilihat bahwa selalu terjadi peningkatan. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa masyarakat DKI Jakarta memiliki ketertarikan yang tinggi akan bidang restoran, perdagangan, dan hotel karena mengikuti *trend* dan *lifestyle* secara spontan (suka mencoba-coba hal baru). Dapat disimpulkan bahwa kota DKI Jakarta memiliki peluang pasar yang besar dari data diatas.

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

## Visi

Menurut Fred R David (2015:171), mengembangkan pernyataan visi sering kali dipandang sebagai langkah pertama dari perencanaan strategis, bahkan mendahului pembuatan pernyataan misi. Visi merupakan pandangan umum mengenai cita-cita yang ingin diwujudkan oleh perusahaan atau organisasi tersebut. Visi dari Bumbu Colek adalah “Menjadi merek utama pilihan konsumen dalam bisnis restoran ini”

## 2. Misi

Menurut Fred R David (2015:171), pernyataan misi adalah pernyataan tujuan yang secara jelas membedakan satu bisnis dari perusahaan-perusahaan lain yang sejenis. Pernyataan misi yang jelas melukiskan nilai dan prioritas dari sebuah organisasi. Misi dari Bumbu Colek adalah “ Menyediakan makanan tradisional Indonesia dan vegetarian dengan citarasa dan layanan yang santun untuk melestarikan budaya Indonesia”

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

## B. Analisis Pesaing

Menurut Philip Kotler (2016:299), pesaing adalah perusahaan yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang sama. Dalam menjalankan bisnis, penulis harus mengetahui pesaingnya. Oleh karena itu, penulis melakukan analisis pesaing. Melalui analisis pesaing, perusahaan dapat mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan pesaing, alasan pelanggan menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan dibandingkan menggunakan produk yang dihasilkan oleh pesaing, dan mengidentifikasi faktor-faktor keunggulan kompetitif (*competitive advantage*).

Bumbu Colek melakukan analisis pesaing dengan melakukan penilaian terhadap perusahaan sejenis yang berada di daerah sekitar tempat usaha, mencari informasi sebanyak-banyaknya tentang tingkat kepuasan konsumen yang diharapkan dari perusahaan sejenis lainnya.

Dari pengamatan yang penulis dapatkan dari perusahaan yang sudah berjalan, untuk mendapatkan informasi para pesaingnya diperoleh dengan cara seperti berikut:

1. Melakukan kunjungan personal ke perusahaan pesaing dengan bagaimana para karyawan berinteraksi dengan pelanggan, mengamati bagaimana produk tersebut ditawarkan kepada pelanggan, dan mengamati bagaimana kebijakan mengenai harga
2. Memberikan pertanyaan kepada konsumen yang telah melakukan pembelian produk pada perusahaan pesaing untuk mengetahui kesan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui dan mempelajari pendapat konsumen mengenai perbandingan kualitas produk dan harga antara perusahaan pesaing
3. Mengunjungi restoran pesaing secara personal yang merupakan calon pelanggan dari Bumbu Colek bertujuan untuk mengetahui jenis produk yang ditawarkan pesaing,





harga yang ditetapkan, promosi yang dilakukan, sistem pembayaran, dan fasilitas yang dimiliki pesaing.

4. Mencari informasi melalui internet mengenai perusahaan pesaing karena dapat melihat produk apa yang ditawarkan, fasilitas yang dimiliki dan promosi yang dilakukan pesaing.

Penulis mengharapkan dengan adanya analisis pesaing ini dapat mengetahui keunggulan bisnis sendiri maupun kelebihan dan kekurangan pesaing, sehingga penulis dapat memperbaiki kekurangannya dan meningkatkan kelebihannya untuk menjadi lebih baik.

Bumbu Colek berencana untuk mendirikan usahanya di daerah Sunter, sehingga secara langsung restoran lainnya yang telah berdiri di daerah tersebut merupakan pesaing dari Bumbu Colek. Berikut ini adalah daftar pesaing dari Bumbu Colek.

#### a. Pesaing Masakan Indonesia

##### 1) Dapur Solo

Masakan : Jawa, Indonesia

Mulai didirikan : Tahun 1988

Segementasi harga : *Middle high class*

Jumlah gerai : 5 gerai

Tipe toko : *Central kitchen*

Alamat : Jl. Danau Sunter Utara Blok R No. 35-37, Sunter, Jakarta Utara

Website : [www.dapursolo.com](http://www.dapursolo.com)

Nomor telepon : (021) 640 5812

Opening hour : 10.00-22.00



## 2) Dapur Bang Jo

Masakan	: Jawa
Mulai didirikan	: -
Segmentasi harga	: <i>Middle class</i>
Jumlah gerai	: 1 gerai
Tipe toko	: <i>Central kitchen</i>
Alamat	: Jalan Danau Sunter Selatan Ruko Green Lake Blok TBS BSM No.
Website	: -
Nomor telepon	: (021) 29618864
Opening hour	: 10.00-22.00

## 3) Sate Khas Senayan

Masakan	: Jawa, Indonesia
Mulai didirikan	: Tahun 1974
Segmentasi harga	: <i>High class</i>
Jumlah gerai	: 40 gerai
Tipe toko	: <i>Open kitchen</i>
Alamat	: Jalan Danau Sunter Utara Blok D 1/7, Sunter, Jakarta Utara
Website	: <a href="http://www.sarirasa.co.id">http://www.sarirasa.co.id</a>
Nomor telepon	: (021) 6503015
Opening hour	: 10.30-23.00

## 4) Warung Tekko

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.



Masakan : Jawa, Indonesia  
Mulai didirikan : Tahun 2008  
Segmentasi harga : *Middle high class*  
Jumlah gerai : lebih dari 46 gerai  
Tipe toko : *Central kitchen*  
Alamat : Sunter Icon Food Point, Jl. Griya Sejahtera, Sunter, Jakarta  
Website : <http://www.warung-tekko.com/>  
Nomor telepon : (021) 65302164  
Opening hour : 11.00-22.00

5) Lino Resto Indonesia

Masakan : Jawa  
Mulai didirikan : Tahun 2015  
Segmentasi harga: *Middle low class*  
Jumlah gerai : -  
Tipe toko : *Open kitchen*  
Alamat : Sunter Mall lantai 3, Food Court  
Website : -  
Nomor telepon : (021) 65833292  
Openning hour : 10.00-22.00

6) Ayam Presto Ny Nita

Masakan : Jawa  
Mulai didirikan : Tahun 1972  
Segmentasi harga : *Middle high class*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBIKKG (Sistem 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.



Jumlah gerai	: 21 gerai
Tipe toko	: <i>Central kitchen</i>
Alamat	: Ruko Taman Nyiur, Blok M No. 31
Website	: <a href="http://www.ayampresto-nita.com/">http://www.ayampresto-nita.com/</a>
Nomor telepon	: (021) 65835370
Opening hour	: 10.00-22.00
Opa Resto	
Masakan	: Jawa
Mulai didirikan	: -
Segmentasi harga	: <i>Middle high class</i>
Jumlah gerai	: 1 gerai
Tipe toko	: <i>Central kitchen</i>
Alamat	: Jl. Agung Tengah 4 Blok E7 No.14, Sunter
Website	: -
Nomor telepon	: (021) 6404427
Opening hour	: 10.00-22.00
8) Es Teler 77	
Masakan	: Indonesia
Mulai didirikan	: 1981
Segmentasi harga	: <i>Middle low class</i>
Jumlah gerai	: 180 gerai
Tipe toko	: <i>Open kitchen</i>
Alamat	: Sunter Mall, Lantai 3, Food Court

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.





Website : <http://www.esteler77.com/>

Nomor telepon : (021) 65833295

Opening hour : 10.00-22.00

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 Dilindungi Undang-Undang

## b. Pesaing Makanan Vegetarian

### f) Vegetarian Madness

Masakan : *Chinese-Indian*

Mulai didirikan : 2015

Segmentasi harga : *Middle high class*

Jumlah gerai : 2 gerai

Tipe toko : *Central kitchen*

Alamat : Jl. Danau Sunter Utara Raya Blok R No 46-48

Website :

Nomor telepon : (021) 6516075/ (021) 6516077

Opening Hour : 11.00-23.00

## 2) RM Karunia

Masakan : Prasmanan

Mulai didirikan : -

Segmentasi harga : *Low class*

Jumlah gerai : 1 gerai



Tipe toko : *Central Kitchen*  
 Alamat : Ruko K1-1/22 Sunter, Jl. Taman Sunter Indah, Jakarta Utara  
 Website : -  
 Nomor telepon : (021) 6500371  
 Opening hour : -

3) Sunter Paramitha  
 Masakan : *Chinese*  
 Mulai didirikan : -  
 Segmentasi harga: *Low Class*

Jumlah gerai : 1 gerai  
 Tipe toko : *Central Kitchen*  
 Alamat : Komplek Metro Sunter Raya Blok E No.1  
 Website : -  
 Nomor telepon : (021) 6506482  
 Opening hour : -

4) Chang Sow  
 Masakan : *Chinese, Indonesia*  
 Mulai didirikan : -  
 Segmentasi harga : *Low Class*  
 Jumlah gerai : 1 gerai  
 Tipe toko : *Central kitchen*  
 Alamat : Jl. Danau Agung II No. 43, Sunter, Jakarta Utara

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Hak cipta dimiliki 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.



Website : -

Nomor telepon : (021) 6459182

Opening hour : -

Mengingat restoran tersebut telah berdiri terlebih dahulu maka selain merupakan pesaing mereka juga dapat dijadikan standar acuan pembelajaran bagi Bumbu Colek untuk terus bertahan dan berkembang menjadi lebih baik lagi.

Perusahaan akan menganalisis kekuatan dan kelemahan para pesaingnya melalui data dan informasi melalui kunjungan langsung ke toko pesaing, melalui pembeli, dan browsing internet.

**Tabel 2.2**  
**Kekuatan dan Kelemahan Pesaing Masakan Indonesia**

No	Variabel	Dapur Solo	Es Teler 77	Dapur Bang Jo	Sate Khas Senayan	Warung Tekko	Limo Resto	Ayam Presto Ny Nita	Opa Resto
1	Harga makanan	4	2	2	5	4	2	2	3
2	Kualitas makanan	5	2	3	5	4	3	3	2
3	Varian jenis makanan	3	3	2	4	4	2	2	2
4	Cita rasa makanan	4	2	1	5	4	3	3	2
5	Kreatifitas makanan	3	2	2	4	3	2	2	2
6	Pelayanan	4	2	2	4	4	2	3	3
7	Sistem Pembayaran	4	2	2	4	4	2	3	2
8	Lokasi	4	4	3	3	3	4	3	3
9	Kenyamanan suasana restoran	4	3	3	2	5	3	3	3
	<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>22</b>	<b>20</b>	<b>36</b>	<b>34</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>21</b>

Sumber : Bumbu Colek

**Tabel 2.3**  
**Kriteria Kekuatan dan Kelemahan Pesaing**

Harga makanan 1. Sangat murah 2. Murah 3. Wajar 4. Mahal 5. Sangat mahal	Kualitas makanan 1. Sangat buruk 2. Buruk 3. Cukup baik 4. Baik 5. Sangat baik	Varian jenis makanan 1. Tidak bervariasi 2. Kurang bervariasi 3. Cukup bervariasi 4. Bervariasi 5. Sangat bervariasi
Cita Rasa Makanan 1. Tidak enak 2. Kurang enak 3. Biasa saja	Kreatifitas Makanan 1. Tidak kreatif 2. Kurang kreatif 3. Cukup kreatif	Pelayanan 1. Sangat buruk 2. Buruk 3. Cukup baik

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 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. Enak 5. Sangat enak	4. Kreatif 5. Sangat kreatif	4. Baik 5. Sangat baik
Lokasi 1. Tidak strategis 2. Kurang strategis 3. Cukup strategis 4. Strategis 5. Sangat strategis	Sistem Pembayaran 1. Sangat sulit 2. Sulit 3. Cukup mudah 4. Mudah 5. Sangat mudah	Kenyamanan Suasana 1. Tidak nyaman 2. Kurang nyaman 3. Cukup nyaman 4. Nyaman 5. Sangat nyaman

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel 2.2 di atas dapat dilihat terdapat pesaing utama masakan Indonesia Dumbu Colek yaitu Dapur Solo, Sate khas Senayan, dan Warung Tekko. Hal ini dapat dilihat dari sisi harga produk Sate khas Senayan tergolong mahal, sedangkan Dapur Solo dan Warung Tekko memiliki harga yang bersaing. Selanjutnya untuk variasi makanan Warung Tekko dan Sate khas Senayan lebih bervariasi dibandingkan dengan Dapur Solo. Dapur Solo dan Sate khas Senayan memiliki kualitas makanan yang sangat baik dibandingkan dengan Warung Tekko. Selanjutnya untuk cita rasa, Sate khas Senayan mempunyai cita rasa yang sangat enak dibandingkan dengan Dapur Solo dan Warung Tekko. Sedangkan untuk kreatifitas makanan, Dapur Solo, Sate khas Senayan, dan Warung Tekko mempunyai ciri khasnya masing-masing. Pelayanan yang diberikan Dapur Solo, Sate khas Senayan dan Warung Tekko sama-sama baik, sedangkan untuk sistem pembayaran semua sama-sama mudah untuk dilakukan. Namun untuk kenyamanan suasana dan lokasi sama-sama memiliki keunggulan bersaing.

**Tabel 2.4**

**Kekuatan dan Kelemahan Pesaing Makanan Vegetarian**

No	Variabel	Vegetarian Madness	RM Karunia	Sunter Paramitha	Chang Sow
1	Harga makanan	5	1	2	3
2	Kualitas makanan	5	3	3	4
3	Varian jenis makanan	4	1	1	4
4	Citra rasa makanan	4	3	3	3
5	Kreatifitas makanan	4	1	2	3
6	Pelayanan	3	3	3	2
7	Sistem pembayaran	4	2	2	3
8	Lokasi	4	2	3	4
9	Kenyamanan suasana restoran	5	2	3	4
	<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>18</b>	<b>23</b>	<b>30</b>

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penggunaan dan menyebutkan sumber.  
 Penyalinan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 a. Pengutipan harus mencantumkan sumber.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel 2.4 dapat dilihat terdapat dua pesaing utama masakan vegetarian restoran Bumbu Colek yaitu Vegetarian Madness dan Chang Sow. Vegetarian Madness hampir unggul dari semua aspek karena mempunyai konsep restoran vegetarian yang modern.

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

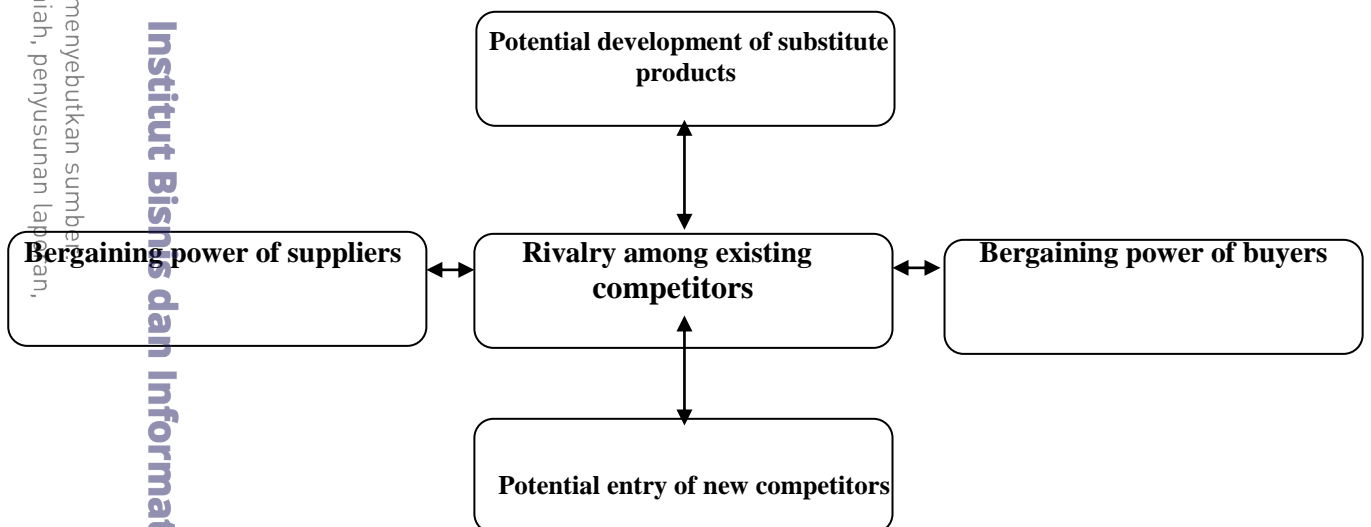
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### C. Analisis Kompetitif

Menurut Fred R David (2015:239), Model Lima Kekuatan Porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan untuk mengembangkan strategi di banyak industri.

**Gambar 2.1**  
**Model Lima Kekuatan dari Kompetisi**



Sumber : Fred R David, Forest R.David *Strategic Management fifteenth edition*



## 1. Persaingan antarperusahaan (*rivalry among existing competitor*)

Persaingan antarperusahaan saingan biasanya merupakan yang paling hebat dari lima kompetitif, strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat berhasil hanya sejauh ia menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Semakin banyak industri kuliner yang ada di ibu kota Jakarta, maka semakin tinggi persaingan yang ada, sulit bagi perusahaan untuk memonopoli pasar dan mencapai *market leader* dan cenderung timbul persaingan pasar sempurna yang dapat membuat konsumen berpindah ke restoran lain. Jadi, dapat disimpulkan terjadi persaingan yang tinggi antarperusahaan di bisnis kuliner.

Dalam menghadapi persaingan yang terjadi di daerah Sunter, Bumbu Colek melakukan beberapa strategi pemasaran untuk yaitu strategi diferensiasi. Strategi diferensiasi merupakan strategi yang mengarahkan perusahaan menyediakan produk atau jasa serta pelayanan yang mempunyai perbedaan dan nilai tambah dibandingkan dengan pesaing yang sejenis. Beberapa strategi diferensiasi yang diterapkan diantaranya:

- a. Menggunakan konsep *open kitchen* dimana pengunjung dapat melihat secara langsung proses pembuatan makanan dan minuman.
- b. Bumbu Colek akan memberikan pelayanan yang ramah dan cepat untuk memenuhi kebutuhan konsumen, disediakan kotak saran untuk masukan keluhan dan kritik dari konsumen sebagai ukuran kepuasan yang diterima konsumen.
- c. Dekorasi Bumbu Colek dibuat *eye catching* dengan interior ruangan berdekorasi budaya Indonesia dengan tanaman-tanaman di sekelilingnya serta menyediakan fasilitas *wifi* sehingga dapat menarik perhatian konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dimiliki IBI IKKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



- d. Menawarkan produk yang memperhatikan kesehatan konsumen serta cara penyajian yang unik.
- e. Makanan Bumbu Colek menyajikan kreatifitas makanan tingkat tinggi dan menyediakan *dessert* dengan inovasi yang unik
- f. Bumbu Colek memberikan pelayanan tambahan dengan menyediakan tempat duduk dan minuman teh manis bagi konsumen yang *take away*

#### 2. Ancaman masuknya pesaing baru (*Potential Entry of New Competitors*)

Semakin berkembangnya suatu industri maka orang-orang yang ingin meraih keuntungan dari industri tersebut akan semakin banyak. Orang-orang yang akan masuk ke dalam suatu industri akan menjadi pesaing baru bagi perusahaan yang sudah ada sebelumnya dalam industri tersebut. Semakin sedikit hambatan yang dihadapi orang yang akan masuk ke dalam suatu industri dapat menyebabkan tingginya angka pesaing baru. Industri kuliner yang ada di kota Jakarta cukup bnyak sehingga banyak *market* industri kuliner mempunyai banyak pesaing untuk melawan pesaing-pesaing ini dibutuhkan strategi yang efektif untuk perusahaan. Jadi dapat disimpulkan tingginya ancaman masuknya pesaing baru di bisnis kuliner.

Bumbu Colek sebagai pendatang baru dalam industri kuliner makanan Indonesia dan vegetarian mewaspadaai ancaman dari pesaing-pesaing yang lama maupun pesaing baru. Untuk merencanakan strategi pemasaran yang efektif Bumbu Colek akan mencari informasi sebanyak mungkin tentang pesaingnya akan melakukan kunjungan personal ke perusahaan pesaing, memberikan pertanyaan kepada konsumen yang telah melakukan pembelian produk pada perusahaan pesaing, mencari informasi melalui internet mengenai perusahaan pesaing.

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



Bumbu Colek merupakan perusahaan yang bergerak di dalam segmentasi industri kuliner dan berbeda dari restoran-restoran yang ada di Sunter lainnya. Saat ini belum ada restoran yang menawarkan dua jenis hidangan yang berbeda yaitu hidangan Indonesia dengan vegetarian.

#### 3. Ancaman Produk/Jasa Substitusi (*Potential Development of Substitute Products*)

Barang substitusi merupakan produk yang berbeda tetapi memiliki fungsi yang sama dengan produk yang digantikannya, sehingga produk substitusi merupakan ancaman besar bagi produk yang digantikannya karena dapat merebut pasar produk yang disubsitusikan.

Produk substitusinya bisa berupa *food truck* dan *fast food* yang secara penyajian makanan dilakukan lebih cepat. Namun Bumbu Colek berusaha agar konsumen tidak menunggu lama yaitu dengan membangun komunikasi dan kerjasama di dalam dapur.

#### 4. Kekuatan Daya Tawar Pemasok (*Bergaining Power of Suppliers*)

Pemasok bahan baku akan memberikan pengaruh langsung terhadap perusahaan berkaitan dengan ketersediaan bahan baku, kualitas produk dan harganya. Jika harga bahan baku naik akan menaikkan harga suatu produk, jika kualitasnya turun maka kualitas produk juga turun yang akan membuat produk tersebut tidak diminati konsumen. Jika pengiriman barang terlambat akan mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan perusahaan.

Daya tawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industri ketika:

1. Terdapat sejumlah besar pemasok





2. Hanya terdapat sedikit bahan mentah pengganti yang bagus
3. Bahan peralihan ke bahan mentah lain sangat tinggi

Karena pengaruh daya tawar pemasok begitu besar maka Bumbu Colek harus menjalin hubungan yang baik dengan pemasok, saling membantu dengan harga yang masuk akal, kualitas yang baik dan pengiriman tepat waktu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 5. Daya tawar konsumen (*Bargaining Power of Buyers*)

Pada saat ini konsumen sudah cukup pandai dalam mencari informasi tentang berbagai produk. Pembeli akan membandingkan dulu kelebihan dan kelemahan produk dari perusahaan yang berbeda, mereka mencari produk dengan harga yang lebih murah namun tetap memiliki kualitas dan pelayanan tinggi. Hal ini membuat para pesaing saling beradu untuk memenuhi keinginan konsumen tersebut. Daya tawar konsumen dapat menjadi kekuatan terpenting yang mempengaruhi keunggulan kompetitif. Konsumen memiliki daya tawar yang semakin besar dalam kondisi-kondisi berikut:

1. Jika konsumen dapat dengan mudah dan murah beralih ke merek atau pengganti pesaing
2. Jika konsumen menduduki tempat yang sangat penting bagi penjual
3. Jika penjual menghadapi masalah menurunnya permintaan konsumen
4. Jika konsumen memegang informasi tentang produk, harga, dan biaya penjual

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.



5. Jika konsumen memegang kendali mengenai apa dan kapan mereka bisa membeli

produk

Dalam hal ini Bumbu Colek akan menawarkan *membership card* dengan tujuan untuk mempererat hubungan antara perusahaan dengan konsumen. Selain itu Bumbu Colek akan memberikan *cap stemple* untuk pembeliannya dan akan diberikan bonus untuk jumlah pengumpulan stemple tertentu.

#### D. Analisis SWOT

Menurut Fred R David (2015:260), analisis SWOT yang biasa di kenal keseluruhan evaluasi tentang *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) dari perusahaan. Dengan analisis SWOT, perusahaan dapat melihat secara objektif lingkungan internal dan eksternal dari bisnis untuk membantu mencapai kesuksesan di masa depan. Berikut ini adalah analisis SWOT dari

Bumbu Colek:

1. *Strengths* (kekuatan)

*Strengths* adalah faktor-faktor internal positif yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. *Strengths* dari Bumbu Colek adalah:

- Lokasi yang sangat strategis
- Harga yang kompetitif dengan mengedepankan kualitas produk
- Pelayanan (*service*) yang baik dengan adanya evaluasi dan kuesioner setiap bulan.



- d. Memiliki peralatan teknologi yang canggih
- e. Pilihan produk yang variatif
- f. Menyediakan restoran bergaya Indonesia

#### 2. Weakness (Kelemahan)

*Weakness* adalah faktor-faktor internal negatif yang menghambat kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. Kelemahan yang dimiliki oleh Bumbu Colek adalah:

- a. Kurang pengalaman memulai bisnis
- b. Nama perusahaan belum terlalu di kenal masyarakat
- c. Promosi yang masih terbatas

#### 3. Opportunities (peluang)

*Opportunities* adalah faktor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. Peluang yang dimiliki oleh Bumbu Colek antara lain:

- a. Lingkungan yang aman
- b. Kebutuhan akan pangan tidak akan pernah hilang
- c. Meningkatnya minat konsumen akan makanan vegetarian.
- d. Pertumbuhan penduduk DKI Jakarta yang meningkat setiap tahunnya

#### 4. Threats (Ancaman)



*Threats* adalah kekuatan eksternal negatif yang menghalangi kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuan. Hal-hal yang menjadi ancaman

bagi Bumbu Colek adalah

- a. Banyaknya pesaing yang sudah ada di industri ini dan bisa saja berkembang
- b. Munculnya pesaing baru

**Tabel 2.5**  
**Matriks SWOT**

	Strengths	Weakness
<b>Strengths</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi yang sangat strategis</li> <li>2. Harga yang kompetitif dengan mengedepankan kualitas produk</li> <li>3. Pelayanan (<i>service</i>) yang baik dengan adanya evaluasi dan kuesioner setiap bulan.</li> <li>4. Memiliki teknologi canggih</li> <li>5. Pilihan produk yang variatif</li> <li>6. Menyediakan restoran bergaya Indonesia</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurang pengalaman memulai bisnis</li> <li>2. Nama perusahaan belum terlalu dikenal masyarakat</li> <li>3. Promosi yang masih terbatas</li> </ol>
<b>Opportunities</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi didukung dengan lingkungan yang aman dapat menciptakan keuntungan tersendiri ( S1,O1)</li> <li>2. Tetap menjaga kualitas dengan mempertahankan khas Indonesia dan vegetarian agar sesuai dengan tren yang ada sehingga menciptakan <i>unique selling point</i> ( S5,S6,O2,O3)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merekrut tenaga kerja yang potensial (W1,O4)</li> <li>2. Promosi dengan menggunakan media internet (W2,W3,O4)</li> <li>3. Lingkungan yang mendukung sebagai salah satu bentuk promosi (W3,O1)</li> </ol>

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 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	S-T	W-T
1. Banyaknya pesaing yang sudah ada di industri ini 2. Munculnya pesaing baru	1. Meningkatkan pelayanan ( <i>service</i> ) dengan melakukan edukasi terhadap karyawan (S3,T2) 2. Menawarkan produk variatif didukung konsep <i>open kitchen</i> dengan peralatan teknologi canggih sebagai <i>competitive advantage</i> (S4,S5,T1,T2)	1. Memperluas pengetahuan tentang bisnis (W1,T1) 2. Menciptakan <i>brand image</i> dan menghasilkan <i>word of mouth</i> yang baik (W2,W3,T1)

Sumber: Data Olahan

Setelah penulis melakukan analisis *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats* maka dihasilkan strategi sebagai berikut:

### 1. Strategi S-O

- Lokasi didukung dengan lingkungan yang aman dapat menciptakan keuntungan tersendiri (S1,O1)
- Tetap menjaga kualitas dengan mempertahankan khas Indonesia dan vegetarian agar sesuai dengan tren yang ada sehingga menciptakan *unique selling point* (S5,S6,O2,O3)

### 2. Strategi ST

- Meningkatkan pelayanan (*service*) dengan melakukan edukasi terhadap karyawan (S4,T2)
- Menawarkan produk variatif didukung konsep *open kitchen* dengan peralatan teknologi canggih sebagai *competitive advantage* (S4,S5,T1,T2)

### 3. Strategi W-O

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantumkan 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

- (a) Merekrut tenaga kerja yang potensial (W1,O4)
- (b) Promosi dengan menggunakan media internet (W2,W3,O4)
- (c) Lingkungan yang mendukung sebagai salah satu bentuk promosi (W3,O1)

4. Strategi W-T

- (a) Memperluas pengetahuan tentang bisnis (W1,T1)
- (b) Menciptakan *brand image* dan menghasilkan *word of mouth* yang baik ( W2,W3,T1)

E. Matriks CPM

Menurut Fred R David (2015:245) Matriks Profil Kompetitif (*Competitive Profile Matrix*) adalah mengidentifikasikan pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan hasil perusahaan sampel.

Dari hasil pengamatan yang telah dilakukan penulis untuk mengidentifikasi pesaing utama perusahaan dengan cara Matriks Profil Kompetitif (*Competitive Profile Matrix-CPM*) dipilih tiga pesaing utama Bumbu Colek yaitu Sate khas Senayan, Dapur Solo, Warung Tekko, *Vegetarian Madness*, dan Chang Sow. Semua ini dapat dijelaskan melalui Matriks Profil Kompetitif (*Competitive Profile Matrix-CPM*).

**Tabel 2.6**  
**Matriks Profil Kompetitif (CPM)**





Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	Bumbu Colek		Dapur Solo		Sate khas Senayan		Warung Tekko		Vegetarian Madness		Chang Sow	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Lokasi	0,05	4	0,2	4	0,2	2	0,1	3	0,15	4	0,2	3	0,15
Kualitas Produk	0,2	4	0,8	3	0,6	3	0,6	3	0,6	3	0,6	3	0,6
Promosi	0,05	2	0,1	3	0,15	2	0,1	3	0,15	3	0,15	3	0,15
Suasana	0,1	4	0,4	3	0,3	3	0,3	4	0,4	2	0,2	3	0,3
Harga Kompetitif	0,1	4	0,4	3	0,3	3	0,3	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Produk Variatif	0,05	4	0,2	3	0,15	4	0,2	3	0,15	3	0,15	3	0,15
Kesetiaan Pelanggan	0,15	1	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45	3	0,45	4	0,6
Pengalaman Manajemen	0,1	2	0,2	4	0,4	4	0,4	4	0,4	3	0,3	4	0,4
Teknologi	0,05	4	0,2	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,15
Pelayanan	0,15	4	0,6	3	0,45	4	0,6	3	0,45	3	0,45	2	0,3
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>3,25</b>		<b>3,15</b>		<b>3,20</b>		<b>3,20</b>		<b>2,95</b>		<b>3,1</b>

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel 2.6 faktor terpenting dalam bisnis restoran ini adalah kualitas produk yang ditunjukkan memiliki bobot 0.2. Bumbu Colek kuat dalam kualitas produk, suasana, harga kompetitif, produk variatif, dan pelayanan. Untuk pesaing masakan Indonesia, Dapur Solo paling kuat dalam hal promosi, pengalaman manajemen. Sementara Sate khas Senayan paling kuat dalam hal produk yang variatif, pengalaman manajemen, dan pelayanan. Warung Tekko paling kuat dalam hal suasana dan pengalaman manajemen. *Vegetarian Madness* paling kuat dalam hal kualitas produk. Chang Sow paling kuat dalam hal kesetiaan pelanggan dan pengalaman manajemen.

Dapat disimpulkan bahwa Bumbu Colek memiliki total 3.15 dan lebih unggul dari Dapur Solo, Sate khas Senayan, Warung Tekko, *Vegetarian Madness*, dan Chang Sow. Tampak persaingan yang ketat, dapat disimpulkan bahwa masing-masing perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan yang berbeda-beda. Namun bukan hanya karena sebagai perusahaan mendapat peringkat 3.25 dan perusahaan lain mendapat peringkat 3.20 dalam Matriks Profil Kompetitif, bukan berarti bahwa perusahaan pertama lebih baik dari perusahaan lainnya. Angka itu menunjukkan perbedaan kecil dapat mengungkapkan persepsi yang penting kepentingan relatif dari berbagai faktor. Tujuan bukanlah pada satu angka tunggal, melainkan untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

IBIKKG (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.



menyesuaikan serta mengevaluasi informasi secara bermakna sehingga membantu dalam pengambilan keputusan. (Fred R David 2015:246)

## F Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar menurut Kotler dan Armstrong (2016:222),

“Membagi pasar menjadi kelompok-kelompok kecil dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku berbeda yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran tersendiri”

Berdasarkan pengertian di atas dapat dilihat bahwa sebuah usaha yang akan dijalankan harus fokus pada suatu pasar dan segmen tertentu agar tidak terjadi *operational losses* yang berlebihan atau kegagalan usaha. Penulis harus mengetahui segmen mana yang perlu dijalankan berdasarkan basis-basis yang ada.

Basis-basis segmentasi untuk pasar konsumen sebagai berikut:

1. Segmentasi Geografis mengharuskan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti Negara, Negara bagian, wilayah provinsi, kota atau kompleks perumahan.

Berdasarkan segmentasi ini Bumbu Colek fokus pada daerah Jakarta Utara (Sunter dan Kelapa Gading). Hal ini dikarenakan daerah tersebut merupakan daerah yang strategis yang mudah dikunjungi oleh para konsumen.

2. Segmentasi Demografis





Segmentasi demografis dibagi menjadi beberapa variabel yaitu:

- a. Usia dan tahap daur hidup yaitu membagi pasar menjadi kelompok usia dan daur hidup yang berbeda.

Bumbu Colek menjadikan segmen pada variabel ini untuk usia 5 tahun hingga 75 tahun. Makanan ini dapat di konsumsi oleh anak-anak hingga lanjut usia.

- b. Jenis kelamin yaitu membagi pasar menjadi kelompok berbeda berdasarkan jenis kelamin.

Bumbu Colek menjadikan segmen pada variabel ini adalah untuk semua jenis kelamin yaitu pria dan wanita

- c. Pendapatan yaitu membagi pasar menjadi kelompok pendapatan yang berbeda.

Bumbu Colek menjadikan segmen pada variabel ini adalah konsumen yang memiliki pendapatan mulai dari Rp 5.000.000,-/bulan.

### 3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi Psikografis membagi pembeli menjadi kelompok berbeda berdasarkan gaya hidup atau kepribadian akan nilai. Segmentasi ini dibagi menjadi:

- a. Gaya hidup

Makanan yang dikonsumsi oleh seseorang menunjukkan gaya hidup mereka.

Mereka yang terbiasa mengkonsumsi makanan *fast food* dan *junk food*, mencerminkan gaya hidup mereka yang tidak memperhatikan akan pentingnya kesehatan

Fokus segmentasi Bumbu Colek adalah mereka yang memiliki gaya hidup Indonesia yaitu sehat dan modern, dengan mengatur pola makan yang baik dan



benar dengan mengonsumsi bahan makanan yang mengandung nutrisi yang berkualitas untuk memelihara kesehatan.

#### b. Kepribadian

Kepribadian seseorang dapat juga dijadikan salah satu alternatif dalam menentukan segmen pasar. Mereka melengkapi produk mereka dengan kepribadian mereka berhubungan dengan kepribadian konsumen.

Fokus segmentasi Bumbu Colek yaitu menawarkan gaya hidup sehat dan modern, khususnya bagi masyarakat Jakarta.

Hidup di kota besar yang terus berburu dengan waktu, memaksa masyarakatnya untuk mengonsumsi makanan yang tersedia dengan cepat. Sayangnya, beberapa rumah makanan atau restoran, tidak memperhatikan segi kualitas dan kebersihan dari makanan yang disajikan tersebut. Untuk itu Bumbu Colek menawarkan gaya hidup yang sesuai dengan kepribadian masyarakat Jakarta dengan memberikan pelayanan yang cepat dan memiliki mutu makanan yang sehat.

#### c. Nilai

Nilai inti berada jauh di lubuk hati dibandingkan perilaku, sikap, dan menentukan pada tingkat dasar, pilihan, dan keinginan orang selama jangka panjang. Para penulis yang melakukan segmentasi berdasarkan nilai, yakin bahwa dengan mempengaruhi lubuk hati terdalam pada diri mereka, maka mungkin akan mempengaruhi bagian luarnya, yakni perilaku pembelian.

Fokus segmentasi Bumbu Colek yaitu menciptakan kepuasan pelanggan, sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan dengan mempertahankan dan meningkatkan *customer relationship management*.

#### 4. Segmentasi Tingkah Laku

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



Segmentasi tingkah laku mengelompokkan pembeli berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan atau reaksi mereka terhadap suatu produk.

Fokus segmentasi Bumbu Colek yaitu bagi mereka yang cinta akan budaya dan masakan khas Indonesia.

### G. Ramalan Industri dan Pasar

Ramalan Industri menurut Kotler dan Amstrong (1997) dalam Randy Noerhadi (2012), adalah seni memperkirakan jumlah permintaan di masa yang akan datang. Hal tersebut dilakukan dengan mengantisipasi apa yang tampaknya akan dilakukan pembeli di bawah kondisi masa depan tertentu.

Ramalan industri yang akurat sangat penting dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Pengurangan biaya dapat dicapai dengan meramalkan penjualan secara lebih akurat daripada pesaing lainnya.

Target pasar yang dituju oleh Bumbu Colek adalah masyarakat yang bertempat tinggal di Jakarta Utara, namun tidak menutup kemungkinan untuk di luar Jakarta Utara untuk datang berkunjung. Pasar kami akan lebih berfokus pada konsumen Kelapa Gading dan Sunter karena lebih dekat dengan tempat usaha ini di Sunter, Jakarta Utara.

**Tabel 2.7**  
**Proyeksi Penduduk DKI Jakarta Berdasarkan Jenis Kelamin**  
**Tahun 2015-2019**

Umur	2015	2016	2017	2018	2019
5-9	847.1	880.8	906.5	927.4	940.9
10-14	730.6	739.5	750.9	765.6	785.1
15-19	706.6	699.5	702.2	710.2	720.1
20-24	883.9	850.7	816.7	784.3	756.2

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.



25-29	1049.7	1028.9	1000.4	965.9	929.1
30-34	1044.0	1043.5	1038.9	1032.1	1023.3
35-39	927.1	940.4	956.3	971.3	983.6
40-44	781.4	801.2	821.2	842.0	861.8
45-49	657.3	675.8	693.9	712.0	730.3
50-54	534.8	553.0	571.8	590.9	610.2
55-59	409.4	429.4	448.3	466.8	485.6
60-64	284.1	302.0	320.9	340.2	359.2
65-69	178.9	190.8	204.1	218.7	234.4
70-74	106.7	113.3	120.2	127.7	136.3
75+	90.3	95.2	100.7	106.6	112.9
<b>TOTAL</b>	<b>9231.9</b>	<b>9344</b>	<b>9453</b>	<b>9561.7</b>	<b>9669</b>

Sumber:

[http://www.bappenas.go.id/files/5413/9148/4109/Proyeksi\\_Penduduk\\_Indonesia\\_2010-2035.pdf](http://www.bappenas.go.id/files/5413/9148/4109/Proyeksi_Penduduk_Indonesia_2010-2035.pdf)

Berdasarkan Tabel 2.7 dapat disimpulkan bahwa presentase jumlah penduduk di DKI Jakarta pada tahun 2016 jika dibandingkan dengan tahun 2015 berdasarkan kelompok umur 5-9 tahun meningkat sebesar 3.83%, 10-14 tahun meningkat sebesar 1.2%, 15-19 tahun menurun sebesar 1.02%, 20-24 tahun menurun sebesar 3.90%, 25-29 tahun menurun 2,02%, 30-34 tahun menurun 0.05%, 35-39 tahun meningkat 1.41%, 40-44 tahun meningkat sebesar 2.47%, 45-49 tahun meningkat sebesar 2.74%, 50-54 tahun meningkat sebesar 3.29%, 55-59 tahun meningkat sebesar 4.66%, 60-64 tahun meningkat sebesar 5,93%, 65-69 tahun meningkat sebesar 6.24%, 70-74 tahun meningkat sebesar 5.83%, dan untuk kelompok umur 75 tahun ke atas meningkat sebesar 5.15%. Secara keseluruhan jumlah penduduk DKI Jakarta antara umur 5-75 tahun ke atas semakin bertambah setiap tahunnya.

Proyeksi penduduk untuk tahun 2017, 2018, 2019 mengalami peningkatan yang hampir serupa dengan tahun-tahun sebelumnya. Oleh karena itu, tidak dijabarkan lebih lanjut mengenai penjelasan hal tersebut.

Berdasarkan data dari tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat pertumbuhan penduduk yang rata-rata terus bertambah di kisaran umur 5-75 tahun ke atas merupakan



fokus dari segmentasi perusahaan yang bisa menjadi pangsa pasar potensial bagi Bumbu

Colek

**Tabel 2.8**  
**Proyeksi Penduduk di Jakarta Utara**

Jenis Kelamin	2010	2011	2012	2013
Laki-Laki	826.725	835.302	843.781	851.837
Perempuan	826.502	837.611	848.519	859.199
<b>TOTAL</b>	<b>1.653.227</b>	<b>1.672.913</b>	<b>1.692.300</b>	<b>1.711.036</b>

Sumber: <http://jakutkota.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/11>

Tabel 2.8 menunjukkan bahwa rata-rata presentase penduduk Jakarta Utara berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan setiap tahunnya cenderung meningkat. Tahun 2010-2011 meningkat sebesar 1.18%, tahun 2011-2012 meningkat sebesar 1.15%, dan tahun 2012-2013 meningkat sebesar 1.09%. Berdasarkan tabel 2.3 dan 2.4 dapat disimpulkan bahwa bisnis restoran diharapkan akan meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk di Jakarta Utara.

Selain itu, hal yang dapat memicu meningkatnya pendapatan perusahaan adalah tingkat pendapatan penduduk di Jakarta karena pendapatan penduduk di Jakarta tergolong tinggi dibandingkan daerah lain di Indonesia. Dari hal tersebut harga yang ditetapkan Bumbu Colek tetap terjangkau bagi penduduk Jakarta. Faktor tidak langsung yang mempengaruhi bisnis ini adalah adanya krisis ekonomi seperti saat ini banyaknya pengangguran dan sulit mendapat pekerjaan, sehingga Bumbu Colek membuat harga yang terjangkau dengan kualitas terbaik untuk para konsumennya.

Bumbu Colek harus mempelajari pasar pelanggane agar dapat memasarkan produk dan jasa dengan baik, ada 4 jenis pasar pelanggan menurut Kotler dan Keller (2016:30), yaitu

1. Pasar konsumen

Hak cipta milik 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.



Perusahaan yang menjual barang-barang kebutuhan konsumen dan jasa dalam jumlah besar, seperti minuman ringan, kosmetik, sepatu, dan peralatan olahraga, serta menghabiskan banyak waktu untuk mencoba mengembangkan citra merek yang unggul.

## 2. Pasar Bisnis

Perusahaan yang menjual barang dan jasa untuk bisnis sering menghadapi profesional yang terlatih dan dibekali informasi yang cukup yang terampil dalam mengevaluasi penawaran yang kompetitif. Pembeli bisnis membeli barang untuk membuat atau menjual kembali kepada orang lain untuk mendapatkan laba.

## 3. Pasar Global

Perusahaan-perusahaan yang menjual barang dan jasa di pasar global menghadapi keputusan dan tantangan tambahan. Mereka harus menentukan negara mana yang akan dimasuki; bagaimana memasuki masing-masing negara; bagaimana menyesuaikan fitur produk mereka yang berbeda; dan bagaimana menyesuaikan komunikasi mereka dalam budaya yang berbeda.

## 4. Pasar Nirlaba dan Pemerintah

Perusahaan yang menjual barangnya ke organisasi nirlaba seperti gereja, universitas, organisasi amal, dan lembaga pemerintah, perlu menetapkan harga dengan seksama karena pembeli-pembeli ini memiliki daya beli yang terbatas.

Bumbu Colek menasar ke dalam golongan pasar konsumen karena menjual produk langsung kepada konsumen akhir. Pasar konsumen yang dituju Bumbu

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.

Colek cukup luas yaitu mencakup anak kecil, remaja, maupun orang dewasa, baik pria maupun wanita terutama di daerah Jakarta Utara (Sunter dan Kelapa Gading) dan wilayah Jakarta lainnya serta yang berada di luar kota (Jabodetabek). Penetapan Bumbu Colek yang berada di daerah Sunter ini dikarenakan aksesnya yang sangat mudah serta penggunaan *website* yang memungkinkan Bumbu Colek dapat menjangkau konsumen yang berada di luar kota.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI IKKG (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.