

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Sebelum memasuki industri suatu usaha, ada baiknya seorang pengusaha melakukan analisis terlebih dahulu, hal ini dilakukan agar pengusaha mengetahui dengan besar seluk beluk di dalam industri, siapa saja pesaing-pesaingnya, dan dapat membuat perencanaan terfokus pada tren yang berkembang saat ini. Selain itu, dengan melakukan analisis pelaku usaha dapat melihat peluang-peluang yang berpotensi untuk meningkatkan keunggulan bersaing usaha ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat setiap waktu. Tanpa dilakukannya analisis terlebih dahulu suatu bisnis tidak dapat diprediksikan apa yang akan terjadi kedepannya. Analisis industri memberikan banyak hasil penelitian yang akan sangat berguna bagi suatu bisnis untuk jangka panjang. Analisis industri juga dapat memberi tahu apakah suatu bisnis dapat bertahan dan bersaing dengan para pesaing terdekatnya.

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, industri adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misalnya mesin. Menurut Badan Pusat Statistik, industri adalah sebuah kesatuan unit usaha yang menjalankan kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk menghasilkan barang atau jasa yang berdomisili pada sebuah tempat atau lokasi tertentu dan memiliki catatan administrasi tersendiri.

© Hak cipta milik ISI KKS (Institut Sains 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.



Jasa Industri adalah kegiatan yang melayani keperluan pihak lain. Pada kegiatan ini bahan baku disediakan oleh pihak lain sedangkan pihak pengolah hanya melakukan pengolahannya dengan mendapat imbalan sejumlah uang atau barang sebagai balas jasa, misalnya perusahaan penggilingan padi yang melakukan kegiatan menggiling padi/gabah petani dengan balas jasa tertentu.

Suatu usaha berbeda antara satu dan lainnya didasarkan atas karakteristik ekonomi, situasi persaingan, dan prospek perkembangannya di masa mendatang. Tingkat perubahan berbagai faktor seperti teknologi, ekonomi, pasar dan persaingan akan bergerak dalam satu range tertentu mulai dari yang lambat sampai yang cepat. Analisis industri dan persaingan akan menggunakan alat dan teknik tertentu bagi perusahaan untuk dapat menyesuaikan dengan perubahan dan kemudian membentuk kekuatan dalam menghadapi persaingan.

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Pemilik bisnis harus dapat melakukan analisis industri bisnisnya. Analisis industri dilakukan agar seorang pemilik bisnis mampu mengetahui tindakan apa saja yang harus dilakukan agar bisnis yang akan dijalankan dapat sukses. Faktor-faktor yang diperhatikan adalah permintaan industri yang berarti permintaan masyarakat akan produk yang ditawarkan oleh suatu industri, yaitu meninjau mengenai permintaan konsumen yang naik maupun turun. Selain itu, perubahan perilaku konsumen juga dapat menjadi faktor kunci yang perlu diteliti agar bisnis dapat menyesuaikan dengan situasi lingkungan.

Hak Cipta 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.

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



Menurut Kotler dan Keller (20018:79) tren merupakan arah atau urutan kejadian yang mempunyai momentum dan durabilitas. Tren juga mengungkap bentuk masa depan dan dapat memberikan arah yang strategis. Tren sendiri dipengaruhi oleh industri di daerah tertentu. Pengamatan pertumbuhan industri dilakukan untuk mengetahui tren yang berkembang di daerah tersebut.

Dewasa ini bisnis kuliner adalah bisnis yang berkembang di Indonesia.

Menurut Kasubdit Dana Masyarakat Direktorat Akses Nonperbankan Badan Ekonomi Kreatif Hanifah Makarim mengatakan Usaha kuliner di Indonesia yang pasti lebih berkembang dari tahun-tahun sebelumnya. Hal itu bisa dilihat dari adanya usaha kuliner baru, restoran baru, hingga makanan baru sehingga menggembirakan.

Sumber : <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/03/01/p4wqrs284-usaha-kuliner-di-indonesia-dinilai-lebih-berkembang> (diakses 28 Januari 2021).

Kuliner bukan lagi dilihat dari sisi pandang bahwa pangan hanya untuk memenuhi kebutuhan manusia untuk dapat tetap hidup tetapi saat ini sudah menjadi tren dalam gaya hidup. Semakin banyak atau semakin mahal seseorang pergi ke suatu rumah makan itu dapat diartikan individu tersebut mempunyai status sosial yang berbeda. Generasi muda saat ini semakin banyak dan biasanya mereka akan lebih banyak menghabiskan waktu diluar bersama kerabat ataupun keluarga dan tempat yang paling pertama dituju adalah *cafe* ataupun restoran.

Kementerian Perindustrian (Kemenperin) menyatakan, industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang berkontribusi besar pada industri. Kemenperin mencatat sepanjang tahun 2018, industri makanan dan minuman mampu tumbuh sebesar 7,91 persen serta mampu melampaui pertumbuhan ekonomi nasional di angka 5,17 persen.

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.



Sumber : <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiu-> (diakses 28 Januari 2021)



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Wakil Kepala Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) Sribugo Suratmo menyampaikan tahun ini pertumbuhan industri mamin akan stabil tumbuh 8% sampai 9%. Hal ini disesuaikan dengan kondisi ekonomi dan daya beli masyarakat Indonesia yang diprediksi masih seperti tahun lalu.

Sumber : <https://industri.kontan.co.id/news/industri-makanan-dan-minuman-akan-tumbuh-8-9-tahun-ini> (diakses 28 Januari 2021)

B. Analisis Pesaing

Semakin maju jaman dan perubahan pola hidup manusia menyebabkan kebutuhan manusia berubah, terutama kebutuhan primer yang salah satunya adalah makanan dan minuman. Industri makanan dan minuman sangat berkembang dan bervariasi mulai dari harga dan jenisnya. Dari hal itu, persaingan bisnis di bidang kuliner sangat ketat dan memengaruhi industri makanan dan minuman mulai dari produsen hingga konsumennya.

Perusahaan membutuhkan data dan informasi dari para pesaing yang terdekat yang ada di sekitar tempat usaha itu berdiri. Hal ini dilakukan untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang akan diterapkan perusahaan agar efektif dan efisien. Data ini bersumber dari harga, promosi, kenyamanan tempat, dan saluran distribusi dari pesaing. Hal ini dilakukan untuk melihat apa kekurangan pesaing agar dapat kita atasi dan apa kelebihan pesaing yang dapat kita contoh.

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



Untuk mengetahui data dan informasi tersebut maka dilakukan observasi ke

beberapa bisnis kuliner sejenis. Dalam observasi tersebut ditetapkan beberapa kriteria sebagai pertimbangan yaitu : harga, lokasi, cita rasa, kualitas pelayanan, promosi, kenyamanan tempat, lahan parkir, dan fasilitas. Kriteria ini sebagai acuan untuk menentukan kekurangan dan kelebihan dari pesaing. Berikut adalah hasil pengamatan pesaing Lemon Kafe :

1. Nama Warung	: Kopi Ter
Harga	: Sedang.
Lokasi	: Kelapa Gading, Jakarta Utara
Merk	: Sudah dikenal
Kualitas Pelayanan	: Relatif Baik, cukup cepat dalam Promosi : Relatif gencar, ketika <i>grand opening</i> , menu baru, dan hari besar.
Kenyamanan Tempat	: Relatif nyaman, tempat yang luas, cukup bersih, hanya saja sedikit panas, dan sedikit berisik.
Lahan Parkir	: Relatif Luas.
Fasilitas	: Relatif Baik, Wi-fi cepat, stop kontak ada tapi yang aktif hanya beberapa, serta <i>board game</i> tidak ada.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



2. Nama Warung : Konicha Cafe
- Harga : Sedang.
- Lokasi : Kelapa Gading, Jakarta Utara
- Merk : Sudah dikenal
- Kualitas Pelayanan : Relatif Baik, cukup cepat
- dalam Promosi : Relatif gencar, ketika *grand opening*, menu baru, dan hari besar.
- Kenyamanan Tempat : Relatif nyaman, tempat yang luas, cukup bersih, hanya saja sedikit panas, dan sedikit berisik.
- Lahan Parkir : Relatif Luas.
- Fasilitas : Relatif Baik, Wi-fi cepat, stopkontak ada tapi yang aktif hanya beberapa, serta *board game* tidak ada.

© 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.

Tabel 3. 1 Analisis Pesaing “Lemon Kafe”

Kriteria	Lemon Kafe	Kopi Ter	Konicha Cafe
Merek	Belum dikenal	Sudah dikenal	Sudah dikenal
Harga	Sedang	Sedang	Sedang
Lokasi	Sangat strategis	Sangat strategis	Strategis
Cita Rasa	Enak	Relatif enak	Biasa saja
Kualitas Pelayanan	Sangat baik	Relatif baik	Relatif baik
Promosi	Sangat gencar	Relatif gencar	Relatif gencar
Kenyamanan Tempat	Nyaman	Relatif nyaman	Relatif nyaman
Lahan Parkir	Relatif luas	Relatif luas	Relatif luas
Fasilitas	Baik	Relatif baik	Relatif baik

Sumber : www.zomato.com, data diolah

C. Analisis PESTEL (*Political, Economy, Social, Technology, Environment dan Legal*)



Model PESTEL adalah singkatan dari politik, ekonomi, sosial budaya, ekologi, dan legalitas (hukum) dimana kelima faktor tersebut digunakan untuk menganalisis faktor eksternal yang mempengaruhi pertumbuhan dan jalannya bisnis secara makro, yaitu:

1. Politik

Dalam mengembangkan bisnis tentunya harus memperhatikan faktor politik di bisnis yang dijalankan. Faktor politik di sini meliputi seluruh kebijakan pemerintah secara keseluruhan. Faktor politik meliputi kebijakan ekspor-impor, kebijakan pajak, kebijakan tenaga kerja, kebijakan tanggung jawab lingkungan, hingga peraturan-peraturan yang lebih spesifik dan dibuat pada kondisi tertentu misalnya larangan menjual barang-barang tertentu di waktu tertentu. Atau bisa juga situasi politik yang tidak stabil misalnya adanya itikad dalam menggulingkan pemerintah atau saat sedang pemilihan umum. Semakin politik di suatu negara tidak stabil, maka semakin mempengaruhi kesehatan bisnis Anda

Politik merupakan faktor yang mungkin mempengaruhi dalam bisnis, kondisi tertentu politik akan berpengaruh. Jika terjadi masalah dan menyebabkan perang atau kerusuhan aktivitas bisnis akan terhenti dan memberikan dampak negatif bagi seluruh sektor industri. Investor akan pergi menyebabkan kehilangan sebagian sumber dana ketika sumber dana berkurang, kemampuan produsen untuk memproduksi barang akan semakin sulit karena tidak ada daya beli untuk produksi. Akibatnya adanya kelangkaan bahan baku untuk Lemon Kafe dan menyebabkan harga-harga menjadi tinggi, ketika harga naik jumlah konsumen akan berkurang hal ini bisa menjadi ancaman untuk Lemon Kafe. Keadaan sebaliknya, jika kondisi politik stabil maka banyak investor yang datang dan menyebabkan harga-harga bahan baku menjadi turun. Ini adalah kesempatan bagi Lemon Kafe untuk mendapatkan profit yang lebih tinggi.

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.



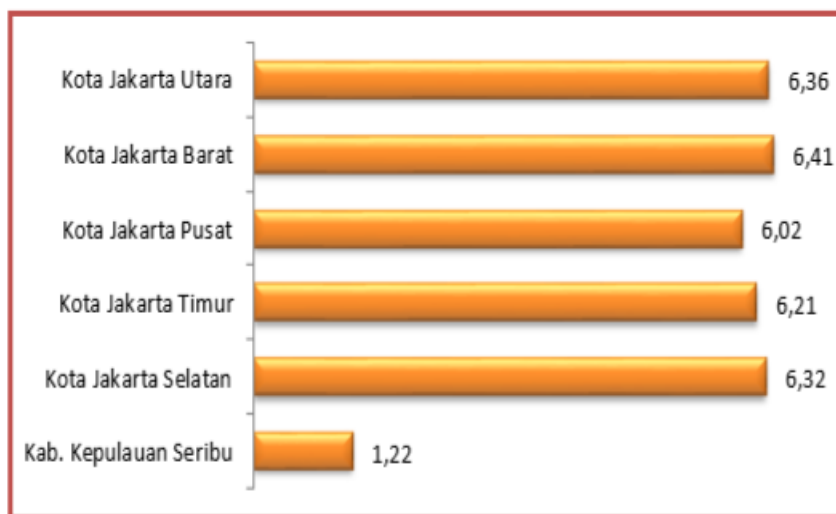
2. Ekonomi

Indonesia adalah negara yang kaya, beranekaragam budaya, agama, suku. Namun, ekonomi di Indonesia juga beragam, dengan kata lain mengingat tingginya kondisi ekonomi menengah dan menengah kebawah. Faktanya ini dapat mempengaruhi kekuatan membeli masyarakat. Maka dari itu, Lemon Kafe menyasar pada kalangan milenial yang datang ke Cafe sebagai kebutuhan mendapatkan minuman dan makanan sehat, yang mana hal itu terjadi pada status ekonomi menengah hingga menengah ke atas. Akan tetapi, penduduk Indonesia yang padat tidak mempengaruhi hal ini, sehingga tidak berbahaya bagi kelangsungan usaha “Lemon Kafe”.

Gambar 3.2

Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Provinsi DKI Jakarta

Tahun 2019 (Persen)



Sumber: www.bps.go.id

Dilihat dari gambar 3.3, pertumbuhan ekonomi di wilayah Jakarta Utara menduduki posisi kedua tertinggi dibanding dibawah wilayah Jakarta Barat. Dapat disimpulkan bahwa, naiknya laju pertumbuhan ekonomi di kawasan Jakarta Utara memberikan dampak positif untuk para pelaku bisnis di kawasan tersebut baik di bidang

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.



makanan dan minuman.

© Hakipta milik BIKS (Institusinya dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Lingkungan ekonomi sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup bisnis makanan dan minuman identik dengan sesuatu yang bersifat kelas menengah ke atas, dan orang-orang yang cenderung datang adalah orang yang berpenghasilan cukup tinggi untuk dapat menikmati waktunya dengan hiburan yang menurut banyak orang dinilai berkkelas. Selama perekonomian masih stabil dan terus mengalami peningkatan ke arah yang lebih baik maka hal tersebut akan berimplikasi baik kepada kelangsungan hidup bisnis *café*.

Dewasa ini, Kondisi perekonomian di Indonesia cenderung stabil, namun pertumbuhan ekonomi di Indonesia dapat dikatakan baik. Hal ini dikarenakan tren konsumerisme yang tinggi, seperti berbelanja yang dilakukan oleh banyak orang, dan merupakan sebuah tren di Indonesia. Maka “Lemon Kafe” tidak perlu khawatir karena masih banyak potensi dari pelanggan yang berstatus ekonomi kelas menengah yang dapat menjadi calon pelanggan dan masih banyak yang ingin hidup sehat.

Selain itu, masyarakat Indonesia gemar mengonsumsi makanan dan minuman sehat pada saat beraktivitas. Tidak hanya itu, berkumpul dengan teman dan keluarga tidak luput dari kunjungan ke Cafe, atau restoran. Maka kondisi sosial yang cocok bagi “Lemon Kafe” yang memiliki pasar yang menaruh perhatian besar pada makanan dan minuman sehat.

3. *Social* (Sosial)

Sosial budaya sangat mempengaruhi pola pikir, pola sikap, dan pola tingkah laku dan masing-masing individu terhadap segala macam kondisi. Pada zaman ini, kehidupan sosial di masyarakat semakin berubah seiring perkembangan teknologi cara bergaul dan

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.



gaya hidup saat ini adalah dengan banyaknya individu yang menyukai *hangout* bersama kerabat, sahabat, maupun keluarga. Secara tidak langsung *Cafe* adalah tempat yang paling tepat untuk *hangout*.

Cafe yang sering dikunjungi untuk tempat *hangout* oleh anak muda saat ini selain tempat yang nyaman dan kualitas makanan yang enak adalah yang menawarkan berbagai macam fasilitas seperti Wi-Fi, *board game*, dan sebagainya. Karena sekarang salah satu unsur penting yang menjadi faktor sosial ialah gaya hidup dan tren masyarakat saat ini dengan semakin berkembangnya zaman kebiasaan masyarakat untuk menghabiskan waktu, mengerjakan tugas, *meeting*, dan berkumpul bersama teman atau keluarga di *Cafe* sudah menjadi sebuah gaya hidup di kalangan anak muda hingga dewasa saat ini.

Maka dari itu Lemon Kafe dapat berinovasi melalui produk yang ditawarkan serta menyediakan tempat yang *cozy*, *instagramable*, *family friendly*, dan menyediakan fasilitas untuk menunjang ketertarikan untuk para konsumen datang.

4. Teknologi

Perkembangan teknologi saat ini sangat berkembang dengan pesat dimulai dari masyarakat yang terbiasa berbelanja langsung ke pusat perbelanjaan tetapi saat ini tidak diperlukan lagi karena dengan kemajuan akses teknologi masyarakat tidak perlu datang ke tempat yang ingin dituju untuk membeli sebuah produk. Hanya dengan memesan melalui aplikasi di handphone atau komputer bisa dengan mudah melakukan pemesanan terhadap suatu produk.

Karena perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan pelaku-pelaku bisnis semakin memanfaatkan teknologi untuk menunjang kegiatan bisnisnya. Semakin canggih teknologi yang digunakan maka akan semakin efisien bisnis



tersebut berjalan. Contohnya seperti dibidang pemasaran, saat ini banyak pelaku bisnis memanfaatkan website, sosial media, forum dan lain sebagainya untuk media promosi bisnis agar mudah dikenal oleh masyarakat.

Lemon Kafe juga menggunakan teknologi dalam menjalankan bisnisnya misalnya dalam pemasaran, Lemon Kafe memanfaatkan sosial media dalam sarana promosi dengan menampilkan konten-konten tentang Lemon Kafe setiap harinya di sosial media sehingga membuat produk mudah dikenal oleh masyarakat.

Dengan adanya kemajuan teknologi saat ini juga dapat dimanfaatkan oleh Lemon Kafe Untuk meningkatkan penjualan seperti menggunakan Go-Food dengan bekerja sama melalui pihak Go-Jek serta GrabFood dengan bekerja sama melalui pihak Grab. Adanya kerjasama tersebut akan membuat konsumen lebih mudah untuk menikmati makanan atau minuman di Lemon Kafe, selain itu di Lemon Kafe penulis juga akan menyediakan berbagai macam alternatif pembayaran lainnya seperti OVO, Cashback, Debit, Go-Pay, dan Dana. dengan adanya alternatif pembayaran tersebut akan membuat para pelanggan menjadi lebih mudah untuk membayar, jadi para pelanggan tidak perlu repot-repot untuk membawa uang banyak ke Lemon Kafe. Dengan adanya kemajuan teknologi saat ini dapat membantu bisnis ini berkembang lebih pesat lagi.

5. Environment (Lingkungan)

Lingkungan menjadi faktor yang berpengaruh terhadap aktivitas dari bisnis Lemon Kafe. Faktor lingkungan sangat menentukan apakah bisnis yang didirikan bisa berjalan atau tidak karena lingkungan sekitar usaha bisnis harus memiliki dampak yang positif bagi keberlangsungan usaha kedepannya. Dimana lokasi yang strategis, akan memicu antusias masyarakat terhadap penjualan produk

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.



makanan dan minuman serta lokasi usaha yang tidak mudah banjir dan kebersihan

tempat usaha juga menjadi hal yang perlu diperhatikan bagi pelaku bisnis. Agar penilaian konsumen terhadap usaha bisnis yang dijalani akan sangat penting terhadap pertumbuhan bisnis tersebut.

6. Hukum

Dalam menjalankan bisnis Lemon Kafe memperhatikan peraturan pemerintah, pemerintah telah membuat peraturan perundang-undangan yang mengatur regulasi perizinan pendirian industri makanan dan minuman. Sebuah usaha bisnis harus memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha) NIB itu sendiri adalah surat ijin yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha perdagangan. Setiap perusahaan, koperasi, maupun usaha perorangan yang melakukan kegiatan usaha perdagangan wajib mempunyai NIB yang diterbitkan berdasarkan domisili tempat usaha dan hanya berlaku di Indonesia.

Lemon Kafe juga harus memperhatikan peraturan pemerintah tentang ketenagakerjaan. Tentang hak dan kesempatan kerja yang sama, jam kerja seorang karyawan, dan hak untuk mendapatkan upah juga harus diperhatikan.

Selain itu dalam sebuah bisnis usaha aspek legalitas yang dibutuhkan adalah IUMK, NPWP agar bisnisnya berjalan lancar dan tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan di kemudian hari.

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.



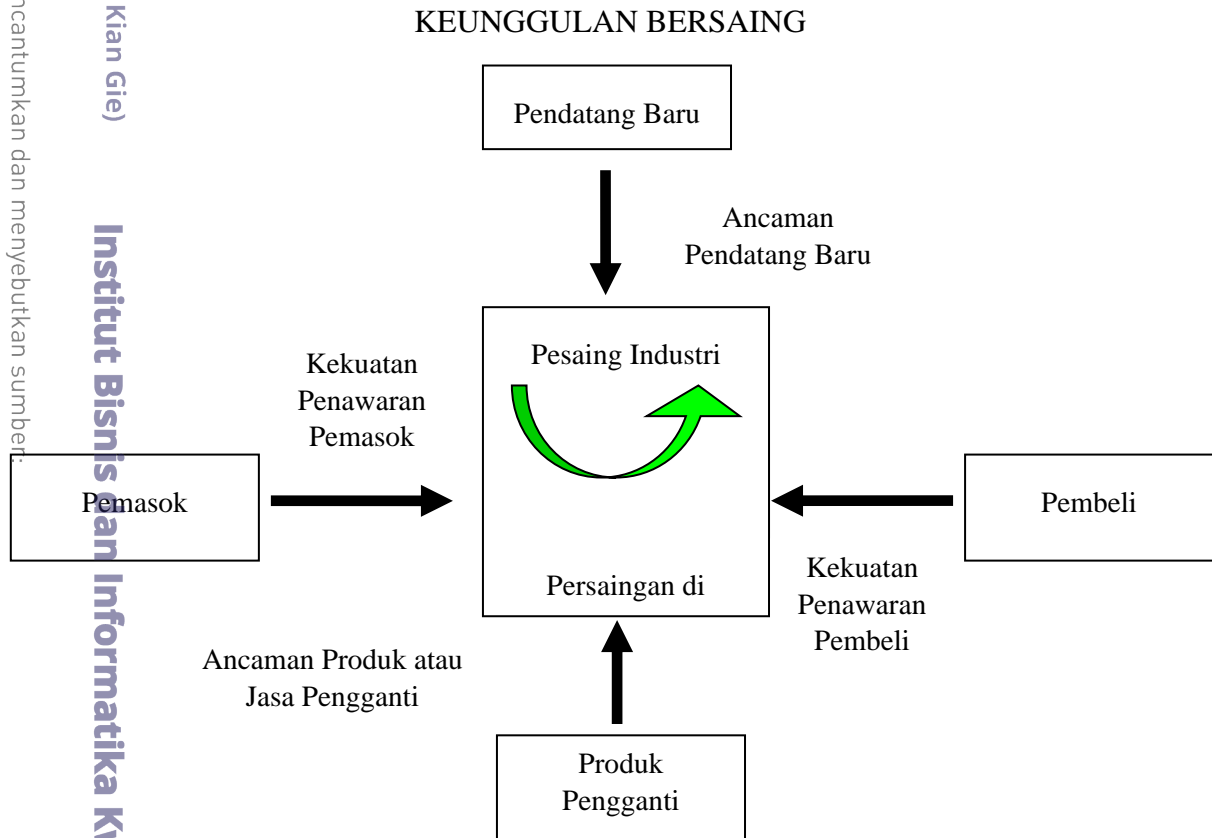
D. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter

© Hak Cipta milik IBIKKG

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

Menurut Porter terjemahan Karisma Publishing Group (2018:17-18), penentu dasar pertama dari profitabilitas suatu perusahaan adalah daya tarik industri. Strategi bersaing harus berkembang dari pemahaman yang canggih akan aturan persaingan yang menentukan daya tarik suatu industri. Tujuan akhir strategi bersaing adalah untuk menanggulangi dan idealnya mengubah aturan itu demi kepentingan perusahaan. Di dalam industri apa pun, entah itu dalam negeri atau internasional atau menghasilkan produk atau jasa aturan persaingan dicakup di dalam lima kekuatan bersaing: masuknya pesaing baru, ancaman dari produk pengganti (substitusi), kekuatan penawaran (tawar-menawar) pembeli, kekuatan penawaran pemasok, dan persaingan di antara pesaing yang ada (lihat Gambar 3.1).

Gambar 3.1 Kelima Kekuatan Bersaing yang Menentukan Profitabilitas Industri



Sumber : Porter terjemahan Karisma Publishing Group (2018:18)

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.



Kekuatan kolektif dari kelima kekuatan bersaing ini menentukan kemampuan perusahaan di dalam suatu industri untuk memperoleh, secara rata-rata, tingkat laba investasi yang melebihi biaya modal. Kekuatan dari kelima kekuatan bersaing tersebut bervariasi dari satu industri ke industri lain, dan dapat berubah ketika suatu industri berkembang. Hasilnya adalah semua industri tidak sama dari sudut pandang profitabilitas yang inheren (melekat). Kelima kekuatan tersebut menentukan profitabilitas industry karena mempengaruhi harga, biaya, dan memerlukan investasi perusahaan di dalam suatu industry – unsur-unsur laba investasi (*return on investment* atau ROI).

1. Persaingan antarperusahaan saingan

Persaingan antarperusahaan saingan biasanya merupakan yang paling hebat dari lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat berhasil hanya sejauh ia menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Semakin banyaknya pesaing yang berada di pasar maka semakin sulit perusahaan menjadi *market leader* pasar tersebut. (David terjemahan Dono Sunardi, 2016:148).

Persaingan antarperusahaan saingan di industri makanan dan minuman saat ini tinggi, ditandai dengan menjamurnya Café dan restoran yang menawarkan produk makanan minuman, maka dapat dikatakan menjadi sebuah ancaman bagi Lemon Kafe. Dalam menghadapi persaingan yang terjadi di pasar, Lemon Kafe melakukan beberapa strategi pemasaran untuk merebut pasar, yaitu *differentiation strategy* dan *product development*. Strategi diferensiasi dapat diartikan sebagai penawaran produk atau jasa serta pelayanan yang mempunyai perbedaan dan punya nilai tambah dibandingkan dengan pesaing sejenis. Beberapa strategi diferensiasi yang diterapkan diantaranya:

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.



- a. Menggunakan konsep desain ruangan dengan nuansa yang membuat betah pengunjung dan perlengkapan café yang sederhana namun elegan.
- b. Menawarkan produk makanan dan minuman berbahan dasar jeruk lemon yang menyehatkan dengan harga yang relatif terjangkau.
- c. Memberikan pelayanan yang informatif, cekatan, tepat, ramah, dan *friendly*, serta menyediakan fasilitas seperti Wi-fi, AC, TV, toilet, buku-buku, majalah dan board game.

Sedangkan untuk strategi *product development* diartikan sebagai upaya peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini. Secara umum dapat dikatakan bahwa perusahaan meninjau apakah perusahaan dapat mengembangkan produk baru yang berpotensi diminati oleh pasarnya saat ini. Lemon Kafe melakukan strategi ini yaitu dengan mengembangkan produk yang ada sebelumnya dengan tetap menggunakan jeruk lemon pada setiap menu makanan dan minuman khas Lemon Kafe.

2. Potensi masuknya pesaing baru

Bila perusahaan baru dapat dengan mudah masuk ke suatu industri tertentu, intensitas persaingan antarperusahaan akan meningkat. Hambatan bagi masuknya perusahaan baru dapat mencangkup kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi secara cepat, untuk menguasai teknologi dan cara-cara praktis, kurangnya pengalaman, loyalitas konsumen yang kuat, preferensi merek yang kuat, persyaratan modal yang besar, kurangnya saluran distribusi yang memadai, kebijakan regulatif pemerintah, kurangnya akses ke barang mentah, kepemilikan paten, lokasi yang kurang menguntungkan, serangan balik dari perusahaan yang diam-diam berkubu, dan potensi penyaringan pasar. (David terjemahan Dono Sunardi, 2016:149).



Potensi masuknya pesaing baru dalam industry makanan minuman cukup tinggi dimana Café dan restoran yang menawarkan menu makanan minuman merupakan salah satu pasar yang diketahui mempunyai banyak pesaing dan masih mempunyai pasar yang baik, sehingga dalam melawan pesaing ini dibutuhkan konsistensi serta komitmen yang tinggi dari perusahaan, maka hal tersebut menjadi sebuah ancaman bagi Lemon Kafe. Lemon Kafe sebagai pendatang baru memiliki strateginya berupa menambah menu makanan minuman dengan tetap menggunakan Jeruk Lemon sebagai bahan utama pada menu-menu yang ditawarkan ke pengunjung. Strategi tersebut merupakan tindakan untuk menghambat perusahaan baru yang akan masuk ke pasar. Dengan cara mengidentifikasi perusahaan-perusahaan baru yang berpotensi masuk ke pasar, memonitor strategi perusahaan saingan baru, menyerang balik jika diperlukan, dan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Hal ini dilakukan untuk memperkuat posisi ketika ancaman yang masuk ke pasar kuat.

3. Potensi pengembangan produk-produk pengganti

Di banyak industri, perusahaan berkompetisi ketat dengan produk-produk pengganti di industri lain. Hadirnya produk-produk pengganti itu meletakkan batas tertinggi (plafon) untuk harga yang dapat dibebankan sebelum konsumen beralih ke produk pengganti. Batas tertinggi harga setara dengan batas tertinggi laba dan kompetisi yang lebih intens antarpesaing. Besarnya tekanan kompetitif yang berasal dari pengembangan produk pengganti biasanya ditunjukkan oleh rencana pesaing untuk memperluas kapasitas produksi, selain angka penjualan dan pertumbuhan laba mereka. Tekanan kompetitif yang meningkat dari produk pengganti bertambah ketika harga relatif produk pengganti tersebut turun dan apabila biaya peralihan konsumen juga turun. Kekuatan kompetitif produk pesaing bisa diukur dengan penelitian terhadap pangsa pasar yang

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.



melalui komunikasi dan kerjasama yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Lemon Kafe menggunakan lebih dari satu pemasok agar tidak terjadi ketergantungan pada satu pihak pemasok sehingga dapat dikatakan daya tawar pemasok untuk Lemon Kafe relatif rendah. Untuk pemasok bahan baku jeruk lemon yaitu Jawa Barat dan Jawa Timur.

5. Daya tawar konsumen

Ketika konsumen berkonsentrasi atau berbelanja atau membeli dalam volume besar, daya tawar mereka dapat merepresentasikan kekuatan besar yang memengaruhi intensitas persaingan di suatu industri. Perusahaan pesaing bisa saja menawarkan garansi yang panjang atau layanan khusus untuk mendapatkan loyalitas konsumen manakala daya tawar konsumen kuat. Daya tawar konsumen juga lebih tinggi ketika produk yang dibeli adalah standar atau tidak terdiferensiasi. Jika demikian, konsumen sering kali dapat menegosiasikan harga jual, cakupan garansi, dan paket-paket aksesoris dalam pengertian yang luas. (David terjemahan Dono Sunardi, 2016:151).

Untuk mengurangi daya tawar konsumen, Lemon Kafe membuat produk yang terdiferensiasi dimana produk tersebut unik dan memiliki rasa yang berbeda dibanding pesaingnya dan mempertahankan penawaran promosi yang diminati oleh konsumen, sehingga daya tawar konsumen dapat dikatakan relatif rendah.

Dengan mengetahui hakikat persaingan yang tercermin dalam lima kekuatan yang diutarakan oleh Porter, maka pemilik memiliki gambaran yang semakin jelas akan kondisi persaingan yang tengah terjadi saat ini, sehingga dapat mempersiapkan strategi-strategi yang tepat untuk menghadapi pesaing.



E. Analisis Faktor-faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix / CPM*)



Analisis ini dapat mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahannya khususnya dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan sample. Faktor keberhasilan penting (*critical success*) dalam Matriks Profil Kompetitif mencakup isu-isu internal maupun eksternal; karenanya, peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana 4 = sangat kuat, 3 = kuat, 2 = lemah, dan 1 = sangat lemah. Analisis perbandingan ini memberikan informasi strategis internal yang penting. (David terjemahan Dono Sunardi, 2016:160-161).

Lemon Kafe memiliki 2 pesaing utama yaitu Kopi Ter dan Konicha Café. Analisis ini di gunakan untuk menggambarkan perbandingan antara Lemon Kafe dan pesaing utamanya berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting yang berpengaruh pada bisnis tersebut. Berikut ini tabel *Competitive Profile Matrix* yang menjelaskan Lemon Kafe dan dua pesaing utamanya:

Tabel 3. 2 Tabel Analisis CPM (Competitive Profile Matrix)

Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	Lemon Kafe		Kopi Ter		Konicha Cafe	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Produk	0.26	4	1,04	3	0,78	3	0,78
Harga	0.23	4	0,92	4	0,92	4	0,92
Pelayanan	0.2	2	0,4	3	0,6	3	0,6
Lokasi	0,12	3	0,36	3	0,36	3	0,36
Fasilitas/jasa	0,13	2	0,18	3	0,27	3	0,27

© Hak Cipta milik IBIKKG 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.



Promosi	0,06	3	0,18	3	0,18	3	0,18
Total	1,00		3,08		3,11		3,11

Sumber: data diolah oleh penulis melalui kuisisioner

Keterangan :

1. Bobot yang memiliki angka tertinggi merupakan faktor paling penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan, jika ada bobot yang sama berarti dianggap sama pentingnya.
2. Total bobot yang diberikan secara keseluruhan berjumlah 1.
3. Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana 4 = sangat kuat, 3 = kuat, 2 = lemah, 1 = sangat lemah
4. Skor adalah hasil perkalian dari bobot dan peringkat.

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa bobot terbesar untuk bisnis makanan minuman yaitu produk, harga dan pelayanan menjadi faktor-faktor penentu keberhasilan pada *Competitive Profil Matrix* karena merupakan hal penting yang perlu diperhatikan oleh Lemon Kafe dan perusahaan sejenisnya

Penulis menyebarkan kuisisioner untuk mengetahui tentang hal-hal yang paling penting dalam menentukan keunggulan sebuah café atau restoran dan dari data yang sudah diolah didapat hasil bahwa terdapat 6 buah faktor kunci penentu keberhasilan dalam membuka sebuah usaha minuman sehat Lemon Kafe, yaitu:

1. Kualitas Produk (*Product*)

Kualitas produk (*Product*) memiliki bobot tertinggi yaitu 0,26 yang didapat dari 18 orang responden dari 70 jawaban menjawab kualitas produk. Di sini penulis memberikan peringkat untuk “Lemon Kafe” 4 (empat) karena setelah melakukan survey

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



ke tempat pesaing utama, didapat bahwa jumlah produk yang ditawarkan oleh pesain masih sedikit sementara penulis memiliki rencana untuk memiliki variasi produk yang lebih banyak dari pesaing.

2. Harga (*Price*)

Harga (*Price*) memiliki bobot kedua tertinggi yaitu 0,23 yang didapat dari 16 responden dari **70 jawaban** menjawab harga. Di sini penulis memberikan peringkat 4 setelah mengamati pesaing utama bahwa harga yang akan ditawarkan penulis sama dengan harga yang ditawarkan pesaing utama. Jadi penulis mengambil kesimpulan bahwa harga sama-sama kuat untuk setiap pesaing utama.

3. Pelayanan

Pelayanan memiliki bobot 0,2 yang didapat dari 14 responden dari **70 jawaban** menjawab pelayanan. Penulis memberikan peringkat 2 kepada “Lemon Kafe”. Hal ini dikarenakan para pesaing utama melakukan sewa tempat untuk tempat-tempat yang sudah ada sebelumnya, yaitu melakukan kerja sama dengan kedai kopi. Sedangkan “Lemon Kafe” baru akan masuk dan membuka Cafe sendiri sehingga dari sisi pelayanan masih kalah saing.

4. Lokasi

Lokasi memiliki bobot 0,13 yang didapat dari 9 responden dari 70 jawaban menjawab lokasi. Penulis memberikan peringkat 3 pada “Lemon Kafe”. Hal ini dikarenakan lokasi dari ketiga kedai kopi cukup dekat sehingga dari sisi lokasi memiliki target secara geografis yang sama.

5. Fasilitas

Fasilitas memiliki bobot 0,09 yang didapat dari 6 responden dari 70 jawaban menjawab fasilitas. Penulis memberikan peringkat 2 pada “Lemon Kafe”. Hal ini dikarenakan sesuai pengamatan penulis terhadap kedua pesaing utama yaitu Kopi Ter



dan Kinochi Cafe merupakan gabungan antara *cafe* biasa dengan pesaing sehingga dari sisi fasilitas “Lemon Kafe” masih perlu modal yang lebih besar kedepannya.

6. Promosi

Promosi memiliki bobot 0,06 yang didapat dari 4 responden dari 70 jawaban menjawab promosi. Penulis memberikan peringkat 3 pada “Lemon Kafe” karena berencana melakukan promosi yang besar pada pembukaan dan tidak kalah dari ke dua pesaing utama sehingga dapat bersaing dari sisi promosi.

Setelah melakukan *skoring* berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis didapatkan bahwa “Lemon Kafe” memiliki skor total 3,08 dari 70 responden dimana “Lemon Kafe” masih kalah dari kedua pesaing utama. Hal ini menunjukkan bahwa “Lemon Kafe masih harus meningkatkan faktor-faktor yang menjadi kelemahan “Lemon Kafe”, seperti dalam segi varian produk, dibandingkan pesaing di pasar.

Catatan penting untuk diingat bahwa nilai hasil analisis CPM yang rendah tidak bisa menentukan secara keseluruhan bahwa perusahaan tersebut lebih buruk dibandingkan dengan pesaingnya. Angka – angka tersebut hanya menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki setiap perusahaan dan juga menggambarkan bahwa setiap perusahaan mempunyai kekuatan dan kelemahan di bidang yang berbeda – beda.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Matriks *Strengths – Weaknesses – Opportunities – Threats* (SWOT) adalah sebuah alat pencocokkan yang penting membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman).



makanan dan minuman oleh cheft dari Lemon Kafe sehingga mempunyai cita rasa yang khas dan menyehatkan.

(2) Pelayanan konsumen yang *excellent*

Pelayanan konsumen menjadi hal yang utama untuk Lemon Kafe karena bagaimanapun juga konsumen adalah ‘raja’ yang harus dilayani dengan yang terbaik. Usaha apapun tanpa konsumen atau pelanggan tidak akan berjalan dengan sukses.

(3) Lokasi yang strategis

Lokasi Lemon Kafe strategis karena terletak di area utama / jantung Kelapa Gading sehingga membuat konsumen yang baru masuk area langsung melihat Lemon Kafe dan membuat konsumen penasaran untuk berkunjung ke Lemon Kafe.

(4) *Design* Café yang sangat menarik

Design Lemon Kafe tentunya tidak seperti café atau restoran yang ada pada umumnya karena konsep café yang akan lebih diperlihatkan di dalam cafe tersebut. Konsep café tersebut yang membuat *design* cafe menarik dan membuat konsumen ingin mengunjungi Lemon Kafe dan merasa nyaman.

b. *Weaknesses*

(1) Loyalitas konsumen yang masih rendah

Loyalitas konsumen rendah karena Lemon Kafe masih dalam tahap pengenalan sehingga belum banyak masyarakat/konsumen yang mengenal *brand* Lemon Kafe ini dan hal ini menyebabkan belum ada konsumen yang loyal terhadap Lemon Kafe.

(2) Pengalaman manajemen yang masih terbatas

Pengalaman manajemen yang masih terbatas karena Lemon Kafe baru ingin dibangun, sehingga pengalaman *owner* untuk mengelola bisnis ini masih sangat terbatas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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.



c. *Opportunities*

(1) Makanan dan minuman sehat menjadi gaya hidup bagi masyarakat

Makanan dan minuman sehat menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia karena semua kalangan butuh tubuh yang sehat dalam menunjang kegiatan sehari-hari. Selain itu, ada juga beberapa orang yang menganggap bahwa lebih baik menjaga kesehatan sebelum sakit menjelang. Hal inilah yang membuktikan mengonsumsi makanan dan minuman sehat akan menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia kedepannya.

(2) Masyarakat yang mulai memperhatikan ke nilai gizi konsumsi makanan dan minuman.

Dijelaskan melalui artikel berikut : Kementerian Kesehatan (Kemenkes) mendorong masyarakat untuk menyadari tentang perlunya makanan yang tidak hanya enak dan murah, tetapi juga tetap memiliki nilai gizi yang seimbang. "Enak, murah itu vital, tapi yang penting prinsipnya adalah bergizi seimbang," kata Direktur Gizi Masyarakat Kemenkes Dr. Dhian Probhiekti dalam Temu Media terkait gizi milenial yang diselenggarakan Kemenkes dalam rangka memperingati Hari Gizi yang jatuh pada 25 Januari, Jakarta, Jumat.

Sumber : <https://www.antaraneews.com/berita/1263735/kemenkes-dorong-kesadaran-tentang-perlunya-makanan-bergizi-seimbang> (diakses 5 Februari 2021 jam 10.00)

d. *Threats*

(1) *Brand* pesaing yang kuat

Nama besar perusahaan yang terlebih dahulu ada dan telah memiliki pelanggan yang loyal dapat menjadi ancaman karena memiliki pasar yang sama dengan pesaing. Sebagian konsumen masih beranggapan bahwa *brand* yang terkenal sebagai pertanda jika produk yang memiliki kualitas yang sangat bagus dan terpercaya. Selain itu juga merek yang terkenal juga menjadi prestige tersendiri bagi si pemakainya sehingga banyak

Hak cipta milik IBIKKG (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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sebagian konsumen yang memilih produk yang sudah memiliki *brand* yang terkenal. Hal ini berpengaruh terhadap bisnis Lemon Kafe, karena Lemon Kafe pendatang baru dalam bisnis makanan dan minuman.

(2) Harga bahan baku jeruk lemon dan bahan pendamping cenderung meningkat

Dengan meningkatnya harga bahan baku dan bahan pendamping yang disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya yakni terjadinya inflasi, kenaikan harga bahan bakar, kurangnya persediaan bahan baku tersebut dan faktor-faktor lainnya, maka akan mempengaruhi penetapan harga produk yang dijual di Lemon Kafe.

(3) Presepsi masyarakat umum yang kurang mengerti tentang makanan minuman sehat.

Adanya presepsi atau sudut pandang dari sebagian masyarakat yang belum sepenuhnya mengerti tentang makanan dan minuman sehat, bahwa makanan minuman sehat itu mahal, harus dari luar negeri dan lain lain. Hal ini juga merupakan ancaman jika pemerintah tidak memberikan edukasi yang benar tentang pentingnya konsumsi makanan dan minuman yang sehat untuk menjaga kesehatan masing-masing.

Tabel 3. 3 Analisis SWOT Matrix

MATRIKS SWOT	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	1. Produk yang ditawarkan berupa makanan dan minuman sehat 2. Design café yang menarik 3. Lokasi mudah dijangkau dan dekat dengan target pasar 4. Fasilitas penunjang yang memadai	1. Loyalitas konsumen yang masih rendah 2. Tenaga kerja belum ada yang handal 3. Belum banyak pengalaman manajemen dalam berusaha 4. Stok ketersediaan lemon yang masih sulit didapatkan



<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas pasokan lemon yang tinggi (Jawa Barat & Jawa Timur) 2. Gemar makanan dan minuman sehat yang kini menjadi trend 3. Masyarakat yang mulai memperhatikan ke nilai gizi konsumsi makanan dan minuman 4. Kemajuan teknologi jejaring sosial (Youtube, Facebook) dan teknologi komunikasi lainnya 5. Tingkat konsumerisme yang tinggi 	<p>S-O Strategy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasok dari berbagai tempat yang punya kualitas tinggi dapat mendorong sajian buah lemon berkualitas tanpa hambatan (S1O1) 2. Menampilkan sajian lemon yang presisi, dalam acara-acara yang diselenggarakan (S3O3) 3. Memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan “Lemon Kafe”, mengenai lokasi dan sajian menu, serta fasilitas-fasilitas yang tersedia (S4,O4) 	<p>W-O Strategy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat inovasi varian buah lemon yang dapat memberikan efek sehat kepada konsumen seperti jamu (W1O2) 2. Melalui acara-acara bertema buah jeruk, dapat membangun koneksi, diharapkan dapat memikat sebagai partner kerja berkualitas (W2O3) 3. Membuat menu berbahan dasar lemon yang diperbaharui setiap beberapa waktu, untuk memasok buah lemon dari wilayah lain (W4O5) 4. Adanya kelemahan dalam persediaan pasokan buah jeruk lemon sebagai bahan baku utama dari “Lemon Kafe” (W4,O1)
<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas lemon semakin menurun 2. Produk-produk pengganti (susu, juice, dll) 3. Kenaikan harga buah lemon 4. Berusaha menghindari asam 	<p>S-T Strategy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sajian lemon yang berkualitas akan sepadan dengan harga ditawarkan, meskipun harga buah lemon naik (S1T4) 2. Pelanggan dapat menikmati sajian menu lainnya dan 	<p>W-T Strategy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pencarian pemasok buah lemon yang mana petani kebun lemon punya tingkat menghasilkan yang relatif stabil dan harga yang wajar (W4T1)

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

	<p>fasilitas lain yang tersedia (S4T2)</p> <p>3. Menawarkan variasi menu yang tidak hanya berbahan dasar lemon (S1,T3)</p>	<p>2. Menjual makanan berat seperti hidangan berat, tapi tetap dengan bahan dasar lemon (W1T2)</p> <p>3. Menerapkan prosedur standar pada setiap staff untuk dapat meminimalisir kelebihan takar saji, berserakan, dsb (W2T3)</p>
--	--	---

Sumber : “Lemon Kafe”

1. Strategi SO

a. Pemasok dari berbagai tempat yang berkualitas (S1, O1)

Kualitas sajian buah lemon memerlukan kualitas lemon yang terbaik, sehingga dapat menghasilkan sajian makanan dan minuman lemon yang berkualitas, maka diperlukan pemasok yang mampu menyediakan buah lemon yang berkualitas dari daerah-daerah terpilih, serta selalu tersedianya pasokan buah lemon yang diperlukan.

b. Menampilkan sajian makanan dan minuman lemon, dalam acara-acara mengenai buah-buahan (S3, O3)

Citra suatu Café sehat tercermin dengan keahlian barista dan chef membuat makanan dan minuman lemon dengan baik dan benar. Mengikuti acara-acara yang bertemakan buah akan membantu mengumpulkan citra baik di benak masyarakat agar dapat menarik konsumen, dan menciptakan *customer brand-awareness*.

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.



- c. Fasilitas yang memadai, dengan tingkat konsumerisme yang besar (S4, O4)
Penduduk di Indonesia khususnya generasi muda, sering menargetkan Cafe untuk berkumpul dan tentunya mencari fasilitas *wifi* untuk mengakses internet, sehingga dapat dengan leluasa mengakses informasi. Semakin lama berada di suatu tempat, kecenderungan kebanyakan orang akan menambah pesanan lain, sehingga akan meningkatkan pemasukan.

2. 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. Strategi WO

- a. Membuat inovasi sajian minuman buah lemon (W1, O2)

Untuk menarik masyarakat, sajian minuman buah lemon yang variatif dan mempunyai cita rasa yang unik, akan menambah minat konsumen untuk mencoba menu baru yang disediakan.

- b. Membangun koneksi agar dapat menarik barista dan cheft yang berkualitas (W2, O3)

Membangun koneksi yang baik, tentunya akan memberikan hal positif bagi perkembangan dan pengetahuan mengenai mengenai minuman sehat. Tujuan mengunjungii acara-acara mengenai minuman dan makanan sehat, ialah untuk menganalisa barista dan cheft yang memiliki kemampuan besar dan mahir dalam meracik minuman dan makanan sehat, sehingga diharapkan dapat mempunyai kesempatan menawarkan untuk bekerja di “Lemon Kafe”.

- c. Membuat menu lemon yang *up-to-date*, agar lini minuman lemon bervariasi (W4, O5)

Perkembangan menu-menu yang terdapat dalam “Lemon Kafe” harus dipersiapkan, agar bilamana terjadi penurunan penjualan, dapat diatasi dengan solusi memberikan menu baru, dan menggunakan jenis menu



makanan dan minuman baru sehingga dapat memberikan cita rasa baru kepada pelanggan.

- d. Adanya kelemahan dalam persediaan pasokan buah jeruk lemon sebagai bahan baku utama dari “Lemon Kafe” (W4, O1)

Adanya kelemahan dalam persediaan pasokan buah jeruk lemon sebagai bahan baku utama dari “Lemon Kafe”, maka diperlukan kerja sama dengan pemasok agar bahan baku utama yaitu buah jeruk lemon dapat berkualitas tinggi dan stok ketersediaannya selalu terpenuhi.

3. Strategi ST

- a. Buah lemon berkualitas akan sepadan dengan harga yang dibayarkan (S1, T3)

Memastikan produk yang akan dijual sesuai dengan kualitas yang akan diberikan kepada pelanggan. Bilamana harga buah lemon mengalami kenaikan, sajian lemon yang berkualitas pasti akan diterima oleh pelanggan.

- b. Pelanggan dapat menikmati menu selain makanan dan minuman buah lemon sambil menggunakan fasilitas (S4, T3)

Pelanggan bukan penikmat buah lemon dapat memilih untuk memanfaatkan fasilitas yang mendukung keperluan personal, sehingga masih dapat menikmati tempat, bersama keluarga, teman, dan kerabat.

- c. Menawarkan variasi menu makanan dan minuman yang tidak hanya berbahan dasar buah lemon (S1, T4)

Membuat inovasi produk makanan dan minuman yang tidak berbahan dasar buah lemon. Produk-produk pilihan yang dapat digunakan sebagai alternatif menu bahan baku utama, dengan jenis buah lain, komposisi makanan dan minuman perisa susu, dan lain-lain.

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



4. Strategi WT

- C** Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- a. Mencari pemasok yang punya petani lemon yang tingkat panennya stabil dan harganya murah (W4, T3)

Pemasok yang menghambat alur produksi usaha, dan sering mengalami masalah dengan menyediakan pasokan buah lemon harus dicari penggantinya. Bilamana petani buah lemon mempunyai tingkat panen yang stabil, alhasil akan berakibat pada tingkat harga yang stabil, dan pasokan buah lemon yang relatif lancar.

- b. Menjual makanan berat (W3, T2)

Menu-menu makanan dan minuman yang dikombinasikan dengan sajian makanan yang punya porsi besar, dapat menjadi solusi untuk meningkatkan penjualan usaha yang lebih besar, sehingga pelanggan dapat langsung menyantap dan bersantai di cafe yang menyediakan makanan berat.

- c. Melatih karyawan agar rapih, dan disiplin (W2, T3)

Usaha makanan dan minuman sangat rentan mendapatkan keuntungan apabila ukuran saji yang diberikan kepada pelanggan melebihi takaran yang seharusnya atau yang telah diinformasikan. Maka dari itu perlu dilakukan training terhadap pegawai yang berada di bagian produksi agar selalu memperhatikan setiap takaran saji menu-menu yang disediakan.

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.