



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Dalam menjalankan bisnis, analisis industri sangat perlu dilakukan guna mengetahui lingkungan bisnis, Lingkungan bisnis bersifat dinamis dan selalu berubah akibat perkembangan teknologi yang semakin berkembang. Oleh karena itu pengamatan dan penelitian terhadap kondisi perusahaan, pasar dan pesaing perlu dilakukan. Analisis industri dan pesaing King Emping akan dibahas pada bab ini.

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Dalam berbisnis seseorang harus dapat menganalisis trend dan pertumbuhan industri untuk melihat kelayakan suatu bisnis. King Emping adalah bisnis yang bergerak di bidang produk makanan yang merupakan salah satu industri makanan. Bisnis makanan merupakan bisnis yang cukup stabil di era globalisasi ini karena pada saat ini orang-orang yang ingin berpergian atau menginginkan perjalanan wisata pasti membutuhkan makanan dalam perjalanannya.

Tabel 3. 1

Data Produksi Melinjo

	2019	2020
Banten	54 529,00	49 567,00
DKI Jakarta	646,00	78,00

Sumber : BPS.Go.Id



adalah semua perusahaan yang memproduksi produk yang memberikan jasa yang sama. Misalnya persaingan antara teh Botol Sosro dengan Susu Ultra, Yogurt, dan lain-lain.

4. Persaingan umum : Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan uang konsumen yang sama.

D. Identifikasi pesaing

Untuk mengetahui jumlah dan jenis pesaing serta kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki, perusahaan perlu membuat peta persaingan yang lengkap. Pembuatan peta persaingan yang digunakan untuk melakukan analisis pesaing memerlukan langkah-langkah yang tepat. Langkah-langkah ini perlu dilakukan agar analisis pesaing tepat sasaran dan tidak salah arah. Langkah pertama yang perlu dilakukan perusahaan adalah dengan identifikasi seluruh pesaing yang ada. Langkah ini perlu dilakukan agar kita mengetahui secara utuh kondisi pesaing kita.

Dengan demikian, memudahkan kita untuk menetapkan langkah selanjutnya.

Identifikasi pesaing meliputi hal-hal sebagai berikut :

a. Jenis produk yang ditawarkan

Kadang-kadang sebuah perusahaan tertentu memiliki produk yang beragam. Tugas perusahaan adalah mengidentifikasikan secara lengkap dan benar produk apa saja yang dimiliki oleh pesaing-pesaingnya. Identifikasikan siapa pesaing utama yang terdekat serta pesaing lainnya yang juga berpotensi mengancam perusahaan kita sekarang dan di masa yang akan datang.

b. Melihat besarnya pasar yang dikuasai pesaing



Untuk melihat besarnya pasar yang dikuasai pesaing, dapat dilakukan melalui segmen pasar yang akan dimasuki. Dalam hal ini perusahaan harus mengestimasi besarnya pasar dan *market share* masing-masing pesaing. *Market share* yang harus diketahui adalah untuk masa sekarang dan di masa yang akan datang, baik yang dikuasai pesaing maupun secara keseluruhan.

C. Identifikasi peluang dan ancaman

Dengan mengestimasi besarnya *market share*, akan kelihatan peluang yang ada serta ancaman yang mungkin timbul sekarang dan di masa yang akan datang. Setiap peluang harus dimasuki dan diusahakan untuk menciptakan peluang baru yang sebesar-besarnya. Kemungkinan ancaman atau masalah yang timbul pun harus segera diantisipasi sehingga tidak menimbulkan masalah.

d. Identifikasi keunggulan dan kelemahan

Identifikasi kelemahan dan keunggulan berarti memetakan atau mencari tahu keunggulan dan kelemahan yang dimiliki pesaing. Identifikasikan kelemahan dan keunggulan pesaing dalam berbagai bidang, misalnya dalam hal kelengkapan produk, mutu, kemasan, harga, distribusi, lokasi, serta promosi.

Sumber : <http://rakhmatmalik.blogspot.com/2013/05/analisa-pesaing-pada-marketing-pemasaran.html>



Tabel 3. 2

Nama-Nama Pesaing King Emping

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

Nama Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
1) Emping Cikeper	-Sudah terkenal di kalangan masyarakat sekitar	-Belum melayani pengiriman luar daerah
2) Emping Malingping	- Banyak diminati pelanggan dari berbagai kalangan	-Tidak mempromosikan melalui media online
	-Membangun hubungan dengan cara beriteraksi langsung secara ramah tamah	-lokasi yang kurang strategis

Sumber : King emping

C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL (*Politic, Economic, Social, Technology, Envirotment, and Legal*) adalah analisis yang mengidentifikasi kekuatan makro (*eksternal*) yang akan mengancam atau memberikan peluang kepada suatu organisasi atau perusahaan. Termasuk faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan dan hukum. Sehingga, analisis ini bergantung pada perusahaan itu sendiri terhadap lingkungannya. Dalam pemasaran, analisis situasional sangat penting sebelum melakukan strategi pemasaran

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.



atau taktik lainnya. Analisis PESTEL merupakan salah satu cara untuk melakukan analisis situasional tersebut.

Perusahaan yang berhasil memantau dan menanggapi perubahan dalam lingkungan makro mampu membedakan dan menciptakan keunggulan yang kompetitif dari pada pesaing. Hasil dari analisis PESTEL adalah sebagai acuan dari analisis kelemahan dan ancaman pada analisis SWOT. Analisis PESTEL merupakan tambahan yang lebih lengkap dari analisis PEST. Yang mana analisis PEST belum mencakup faktor lingkungan dan hukum. Berikut ini analisis PESTEL dari King Emping.

1) *Politic* (Politik)

Faktor politik pada analisa PESTEL melihat bagaimana dan sampai sejauh mana campur tangan pemerintah dalam kegiatan perekonomian. Hal tersebut dapat mencakup kebijakan pemerintah, stabilitas politik atau ketidakstabilan di pasar luar negeri, kebijakan perdagangan luar negeri, kebijakan pajak, undang-undang ketenagakerjaan, hukum lingkungan, pembatasan perdagangan dan sebagainya.

Setiap negara memiliki sistem politik tertentu, termasuk Indonesia. Sistem politik bagi setiap bangsa merupakan “urat nadi” yang menjadi saluran darah bagi keberlangsungan kehidupan bangsa dan negara yang sehat dan sejahtera. Fungsi sistem politik yang sehat dan sejahtera tertumpu pada harapan yang besar dari bangsa dan negara untuk mengartikulasi “aliran darah” bagi tumbuh dan berkembangnya berbagai aspek kehidupan negara. Aspek-aspek dimaksud meliputi aspek ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, hukum, dan hankam.



Sehingga faktor-faktor politik berdampak pada perusahaan/pelaku bisnis dan bagaimana strategi melakukan bisnis. Strategi untuk menjalankan bisnis ini pun juga harus disesuaikan dengan kondisi dari suatu wilayah tersebut. Apabila situasi politik di suatu wilayah kondusif dan menarik, pertumbuhan bisnis ini di tempat tersebut dapat terjadi dengan sangat baik.

Melihat kondisi politik di tahun 2021 yang sangat dinamis mempengaruhi beberapa faktor terutama keamanan. Banyak masyarakat yang takut untuk bepergian, bertransaksi, dan berbisnis. Hal ini memicu pengurangan transaksi dari konsumen kepada bisnis makanan King Emping. Namun hal tersebut dapat diatasi dengan menggunakan sistem *online* dimana para konsumen tidak harus datang ke tempat. Dan hal tersebut dapat menjadi peluang dimana para konsumen dapat memesan produk melalui media sosial.

Kesimpulannya ini menjadi peluang bagi King Emping.

Sumber : <https://kumparan.com/created-by-arz/sistem-politik-indonesia-pada-masa-pandemi-covid-19-1u3cbJ4zgLo/full>

2) *Economic* (Ekonomi)

Faktor-faktor ekonomi memiliki dampak signifikan pada bagaimana suatu perusahaan/ pelaku bisnis melakukan bisnis, faktor ekonomi termasuk pertumbuhan ekonomi, suku bunga, nilai tukar, inflasi, pendapatan konsumen dan bisnis dan sebagainya. Faktor-faktor ini selanjutnya dapat dipecah menjadi faktor makro-ekonomi dan mikro-ekonomi.



Kemudian, faktor ekonomi makro berhubungan dengan manajemen permintaan dalam setiap ekonomi. Sehingga, pemerintah menggunakan kontrol suku bunga, kebijakan perpajakan dan pengeluaran pemerintah sebagai mekanisme utama yang mereka gunakan untuk ini. Sedangkan faktor mikro-ekonomi berhubungan dengan cara orang membelanjakan pendapatannya. Hal ini memiliki dampak yang sangat besar pada organisasi B2C khususnya. Pertumbuhan ekonomi dari suatu wilayah berpengaruh terhadap bisnis makanan King Emping dimana daya beli masyarakat sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) memproyeksikan ekonomi Indonesia akan tumbuh 4,9% di tahun 2021. Berdasarkan survei OECD tersebut, pertumbuhan ekonomi Indonesia akan kembali naik menjadi 5,4% pada tahun 2022. Sekretaris Jenderal OECD Angel Gurría mengatakan, pemulihan ekonomi Indonesia akibat pandemi akan berlangsung secara bertahap dan tergantung pada penanganan di sektor kesehatan.

Tingkat pertumbuhan ekonomi merupakan sebuah keputusan yang diambil oleh King Emping dimana hal tersebut dapat dijadikan sebuah acuan untuk menentukan harga jual dari makanan yang disediakan King Emping. Karena adanya pandemic covid-19 sehingga dapat mempengaruhi daya beli masyarakat menjadi menurun.

Kesimpulannya ini menjadi ancaman bagi usaha King Emping.

Sumber : nasional.kontan.co.id/news/oecd-proyeksikan-ekonomi-indonesia-tumbuh-49-di-2021-ini-kata-sri-mulyani#:~:text=0%2C53%200.06%25-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



,OECD%20proyeksikan%20ekonomi%20Indonesia%20tumbuh%204%2C9%25
%20di,2021%2C%20ini%20kata%20Sri%20Mulyani&text=ILUSTRASI.,tahun
%202020%20untuk%20menjaga%20ekonomi.

3) Social (Sosial)

Faktor sosial juga dikenal sebagai faktor sosial-budaya. Faktor-faktor ini termasuk pertumbuhan populasi, usia, kesadaran kesehatan, karier dan sebagainya. Faktor-faktor ini sangat menarik karena memiliki efek langsung pada bagaimana pengusaha memahami konsumen dan apa yang mendorong konsumen tertarik akan suatu produk. Faktor sosial yang menjadi pertimbangan dalam menjalankan bisnis ini adalah gaya hidup. Gaya hidup dimasing-masing tempat tentunya akan berbeda tergantung terhadap masyarakat yang bertempat tinggal dan aktifitas pekerjaan yang terdapat di lingkungan tersebut. Tempat yang dipilih untuk menjalankan bisnis makanan King Emping ini merupakan wilayah yang memiliki gaya hidup yang sederhana. Sehingga dapat dijadikan sebuah peluang yang baik untuk menjankan bisnis ini.

Bupati Pandeglang berupaya bagaimana caranya agar masyarakat memiliki makanan beragam, bergizi, seimbang, dan aman. Tidak hanya ketergantungan pada beras dan terigu. saat ini pihaknya terus berupaya menekan ketergantungan terhadap dua jenis makanan pokok itu. Salah satunya, dengan mengefektifkan kembali instruksi bupati perihal ketersediaan makanan lokal dalam setiap kegiatan formal. Dengan mengefektifkan kembali bahwa dalam setiap kegiatan formal, snacknya harus makanan lokal. Karena King Emping ini termasuk makanan ringan / snack lokal sebagaimana intruksi dari Bupati

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.



Pandeglang snacknya harus makanan lokal maka ini dapat menjadi peluang bagi King Emping.

Kesimpulannya ini merupakan peluang bagi usaha King Emping

Sumber : [https://rri.co.id/banten/484-gaya-hidup-dan-teknologi/509489/sumber-pangan-](https://rri.co.id/banten/484-gaya-hidup-dan-teknologi/509489/sumber-pangan-melimpah-pola-pangan-masyarakat-pandeglang-justu-rendah?utm_source=news_read_also&utm_medium=internal_link&utm_campaign=Genera%20Campaign)

[melimpah-pola-pangan-masyarakat-pandeglang-justu-](https://rri.co.id/banten/484-gaya-hidup-dan-teknologi/509489/sumber-pangan-melimpah-pola-pangan-masyarakat-pandeglang-justu-rendah?utm_source=news_read_also&utm_medium=internal_link&utm_campaign=Genera%20Campaign)

[rendah?utm_source=news_read_also&utm_medium=internal_link&utm_campaign=Gene](https://rri.co.id/banten/484-gaya-hidup-dan-teknologi/509489/sumber-pangan-melimpah-pola-pangan-masyarakat-pandeglang-justu-rendah?utm_source=news_read_also&utm_medium=internal_link&utm_campaign=Genera%20Campaign)

[ral%20Campaign](https://rri.co.id/banten/484-gaya-hidup-dan-teknologi/509489/sumber-pangan-melimpah-pola-pangan-masyarakat-pandeglang-justu-rendah?utm_source=news_read_also&utm_medium=internal_link&utm_campaign=Genera%20Campaign)

4) *Technology* (teknologi)

Teknologi adalah sesuatu yang kerap kali berubah dan hal ini akan sangat berdampak pada cara seorang pemasar/pelaku bisnis melakukan penjualan. Faktor teknologi memengaruhi pemasaran dan manajemennya dalam tiga cara berbeda : Pertama, cara baru menghasilkan barang dan jasa. Kedua, cara baru mendistribusikan barang dan jasa. Ketiga, cara-cara baru berkomunikasi dengan target pasar.

Pada saat ini muncul sebuah tren bisnis yaitu industri 4.0 dimana hal tersebut menjadi sebuah tantangan untuk setiap bisnis yang berjalan untuk mengikuti tren tersebut. Dimana teknologi akan sangat bermanfaat di setiap bisnis yang ada. Untuk itu King Emping memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada untuk memudahkan dalam melakukan pemasaran yaitu pertama, dengan menggunakan platform media sosial sebagai sarana pemasaran dan promosi. Kedua, membuat *website* perusahaan sebagai sarana informasi seputar perusahaan King Emping. Ketiga, menggunakan teknologi untuk pembayaran non tunai, dikarenakan sekarang lagi masa pandemic untuk menghindari resiko penularan Covid-19. Tidak hanya hal tersebut yang akan diterapkan di King Emping, kami akan



berjualan produk makanan kami di e-commerce yang sudah tersedia seperti marketplace Tokopedia. Guna mengikuti tren industri 4.0 dimana sebuah bisnis dapat di jalankan secara online.

Era industri 4.0 sangat berdampak terhadap semua kegiatan ekonomi di Indonesia tidak luput dari industri penyediaan makanan dimana pada saat ini banyak sekali bisnis di dalam bidang ini yang sudah memasarkan produk mereka melalui media digital, guna untuk meningkatkan penjualan mereka. Dan pada saat ini juga banyak sekali sarana media digital yang sudah dibentuk oleh beberapa perusahaan kreatif. Dimana hal tersebut merupakan sarana yang sangat baik dan tepat untuk melakukan kegiatan jual beli di dalam bidang penyediaan makanan.

Kesimpulannya ini merupakan peluang bagi usaha King Emping

Sumber : <https://www.paper.id/blog/bisnis/food-and-beverage-fnb/>

1) *Environment* (Lingkungan)

Faktor lingkungan berhubungan dengan meningkatnya kelangkaan bahan baku dan polusi. Lingkungan dan pemasaran terhubung dimana pemasaran dapat mempengaruhi lingkungan ketika melayani konsumen dengan produk dan layanan yang ada. Sehingga akan adanya tekanan dari pemerintah dan orang-orang untuk mengurangi limbah yang dihasilkan.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Limbah adalah sisa suatu usaha dan atau kegiatan. Kegiatan tersebut bisa berupa suatu bahan atau zat yang terbuang dari suatu



sumber hasil aktivitas manusia atau proses-proses alam, dan tidak atau belum mempunyai nilai ekonomi, bahkan dapat mempunyai nilai ekonomi yang negatif.

Setiap bisnis yang dijalankan harus memperhatikan lingkungan sekitarnya baik dari alam maupun dari masyarakat sekitar. Isu pengelolaan lingkungan sudah sangat harus diperhatikan untuk pengelolaan mengenai limbah yang akan dihasilkan bisnis tersebut.

Usaha makanan King Emping tidak menghasilkan limbah yang berbahaya. Pengelolaan sampah hasil produksi juga akan sangat diperhatikan untuk membuangnya dengan tepat.

Limbah hasil emping melinjo dapat digunakan sebagai briket dan pupuk tanaman yang akan membantu proses pengelolaan lingkungan.

Kesimpulannya ini merupakan peluang bagi usaha King Emping.

Sumber : <https://geraijasa.com/2019/08/10/alternatif-bahan-bakar-briket-berbahan-dasar-limbah-cangkang-kulit-melinjo-gnetum-gnemon-ramah-lingkungan/>

2) Legal (Hukum)

Faktor hukum meliputi kesehatan dan keselamatan, peluang yang setara, standar periklanan, hak dan hukum konsumen, pelabelan produk dan keamanan produk. Jelas bahwa perusahaan/ pemasar perlu mengetahui apa yang legal dan apa yang tidak legal agar dapat berdagang dengan sukses. Agar usaha King Emping legal memerlukan izin usaha.

Izin Usaha menurut *Online Single Submission* (OSS) adalah izin yang diterbitkan oleh Lembaga OSS untuk dan atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati/wali kota setelah Pelaku Usaha melakukan pendaftaran.



Sedangkan pengertian perizinan berusaha adalah persetujuan yang diperlukan pelaku usaha untuk memulai dan menjalankan usaha dan diberikan dalam bentuk persetujuan yang dituangkan dalam bentuk surat/keputusan setelah pelaku usaha tersebut memenuhi semua persyaratan yang telah ditentukan.

Izin Usaha yang dibutuhkan oleh tiap-tiap pelaku usaha berbeda, tergantung jenis bidang usaha apa yang akan digeluti oleh perusahaannya. Ada berbagai macam kelengkapan dokumen izin usaha yang harus dipenuhi ketika mendirikan sebuah usaha baik itu dalam bentuk CV, Firma, atau PT yang dalam hal ini digunakan untuk legalitas usaha. Adapun jenis-jenis izin usaha yang perlu diketahui untuk mempersiapkan pendirian sebuah usaha sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Nomor Induk Berusaha (NIB)

NIB adalah identitas pelaku usaha, apapun bentuk perusahaannya baik usaha perorangan, badan usaha, maupun badan hukum. NIB diterbitkan oleh Lembaga OSS setelah pelaku usaha melakukan pendaftaran. NIB ini juga berlaku sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impor (API), dan Akses Kepabeanan.

2. Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU)

Surat ini merupakan salah satu dokumen yang harus dipenuhi. Karena surat ini nantinya akan diperlukan untuk membuat dokumen lain seperti NPWP, SIUP, TDP dan surat pendukung pendirian usaha.

3. Dokumen ini akan dikeluarkan oleh kelurahan ataupun kecamatan setempat dimana King Emping akan mendirikan usaha.

4. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Nomor ini dibuat oleh petugas pajak dan diberikan kepada para wajib pajak baik NPWP perorangan maupun NPWP badan hukum sebagai alat untuk administrasi pajak sekaligus sebagai identitas bagi pelaku usaha.

5. Izin Usaha Dagang (UD)

Izin Usaha Dagang adalah surat yang diberikan kepada perseorangan untuk melaksanakan usaha dagang. UD berbeda dengan PT, yang kepemilikannya hanya dikelola oleh perseorangan saja. Meskipun begitu, tetap membutuhkan izin usaha dagang sebagai bukti legalitas usaha.

6. Surat Izin Tempat Usaha (SITU)

SITU merupakan izin yang harus dimiliki oleh pelaku usaha perseorangan, perusahaan, dan badan usaha sebagai bukti izin tempat usaha yang didirikan telah sesuai dengan tata ruang wilayah yang diperlukan dalam rangka penanaman modal.

7. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

SIUP adalah Surat Izin yang dibuat oleh Pemerintah Daerah yang diperuntukkan bagi pelaku usaha yang melaksanakan kegiatan usaha perdagangan.

8. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Tanda Daftar Perusahaan merupakan sebuah bukti bahwa perusahaan telah terdaftar secara sah.

9. HO (Surat izin gangguan)

Surat Izin Gangguan atau biasa yang disebut HO (*Hinderordonnantie*) adalah surat keterangan yang menyatakan tidak adanya warga sekitar 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.



merasa keberatan dan terganggu atas lokasi usaha yang dijalankan oleh suatu kegiatan usaha di suatu tempat. Surat ini diterbitkan oleh Dinas Perizinan Domisili Usaha di Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.

Kesimpulannya ini merupakan peluang bagi King Emping.

Sumber : <https://www.pengadaan.web.id/2019/10/izin-usaha.html>

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

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

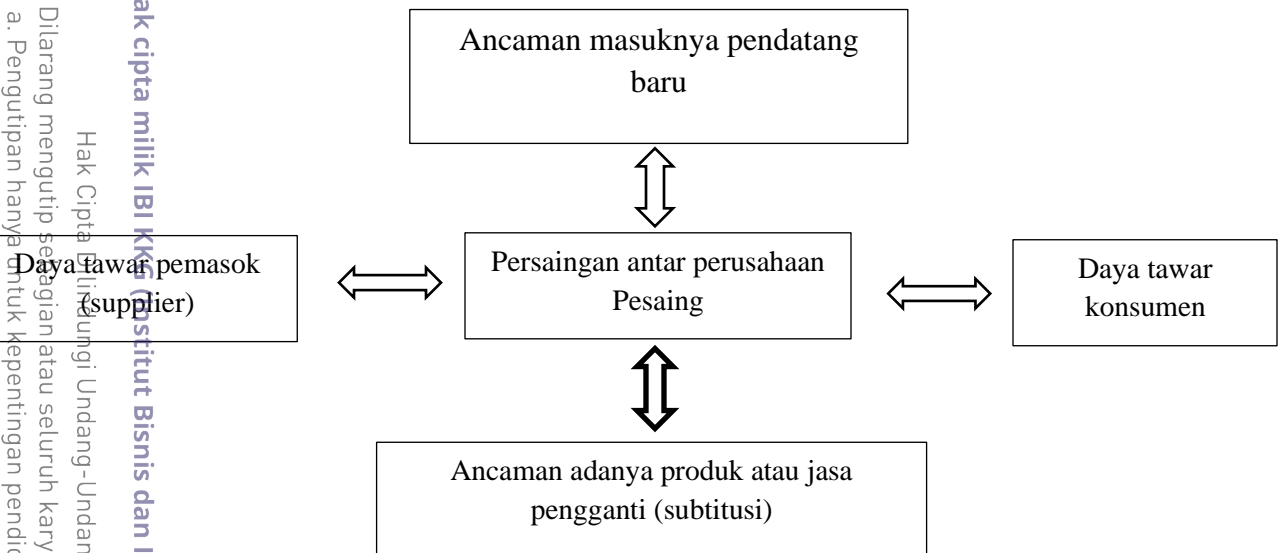
D. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter's Five Forces Business Model)

Dalam menjalankan bisnis, persaingan adalah hal yang mutlak ditemui, baik dari sisi produsen, pemasok, dan konsumen. Menurut Michael Porter yang dikutip dari buku (David, 2017:59), lima model kekuatan persaingan model Porter adalah pendekatan kompetitif yang secara luas digunakan untuk mengembangkan strategi dalam banyak industri. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat mengidentifikasi setiap aspek dalam elemen kunci dari setiap kekuatan bersaing yang mempengaruhi perusahaan. Berikut merupakan analisis *Porter Five Forces Business Model* dari King Emping.

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.

Gambar 3. 1

Lima Kekuatan Pesaingan model



Sumber : Porter dalam Fred R. David (2017:60), *Strategic Management*

1) Persaingan Antar Perusahaan Pesaing

Persaingan antar perusahaan pesaing (*Rivalry Among Existing Firms*) biasanya merupakan kekuatan terbesar dalam lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh perusahaan dapat berhasil jika ia memberikan keunggulan kompetitif dibanding strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Perubahan strategi oleh satu perusahaan mungkin akan mendapat serangan balasan, seperti menurunkan harga, meningkatkan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, memperpanjang garansi, dan meningkatkan iklan. Perseteruan diantara perusahaan yang bersaing cenderung meningkat kalau jumlah pesaing bertambah karena perusahaan yang bersaing menjadi setara dalam ukuran dan kemampuan, permintaan produk industri menurun, dan potongan harga menjadi biasa. Strategi yang dijalankan oleh salah satu perusahaan dapat berhasil hanya sejauh bahwa



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



strategi itu menyediakan keunggulan bersaing atas strategi yang dijalankan oleh perusahaan pesaing.

Dalam hal ini King Emping mempunyai pesaing yaitu Emping Cikeper dan Emping Malingping dimana harga pesaing yang lebih murah dari King Emping namun tidak memiliki varian rasa yang banyak seperti King Emping dan mereka tidak menggunakan media sosial dalam memasarkannya ini menjadi peluang bagi usaha King Emping.

Kesimpulannya ini merupakan peluang bagi King Emping.

2) Ancaman Masuknya Pendetang Baru (Pesaing Baru)

Kekuatan ini menentukan seberapa mudah atau sulit untuk masuk ke industri tertentu. Jika Industri tersebut bisa mendapatkan *profit* yang tinggi dengan sedikit hambatan maka pesaing akan segera bermunculan. Semakin banyak perusahaan saingan (*kompetitor*) yang bersaing pada *market* yang sama maka *profit* atau laba akan semakin menurun. Sebaliknya, semakin tinggi hambatan masuk bagi pendatang baru maka posisi perusahaan kita yang bergerak di industri tersebut akan semakin diuntungkan.

Ancaman pendatang baru dan persaingan di industri makanan emping melinjo ini cukup tinggi dengan berbagai kemudahan untuk mendirikan bisnis ini seperti mudahnya mendapatkan bahan baku melinjo, dan proses pembuatan emping juga sangatlah mudah tidak terlalu sulit karena pembuatannya dengan ditumbuk sampai tipis dan tidak memerlukan pendidikan yang tinggi untuk membuatnya.

Kesimpulannya adalah ini menjadi ancaman King Emping.



1) Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok yang kuat memungkinkan pemasok untuk menjual bahan baku pada harga yang tinggi ataupun menjual bahan baku yang berkualitas rendah kepada pembelinya. Dengan demikian, keuntungan perusahaan akan menjadi rendah karena memerlukan biaya yang tinggi untuk membeli bahan baku yang berkualitas tinggi. Sebaliknya, semakin rendah daya tawar pemasok, semakin tinggi pula keuntungan perusahaan. Daya tawar pemasok menjadi tinggi apabila hanya sedikit pemasok yang menyediakan bahan baku yang diinginkan sedangkan banyak pembeli yang ingin membelinya, hanya terdapat sedikit bahan baku pengganti ataupun pemasok memonopoli bahan baku yang ada.

Pemasok dari King Emping tentu perusahaan penjual melinjo dan di daerah Pandeglang banyak pemasok melinjo sehingga King Emping dapat dengan mudah mencari pemasok dan bisa memilih mana harga yang murah dan berkualitas. Semakin banyaknya perusahaan sejenis menjadikan daya tawar pemasok semakin rendah. Daya tawar dalam industri makanan emping melinjo ini rendah.

Kesimpulannya adalah ini menjadi peluang King Emping.

2) Daya Tawar Pembeli

Kekuatan ini menilai daya tawar atau kekuatan penawaran dari pembeli atau konsumen, semakin tinggi daya tawar pembeli dalam menuntut harga yang lebih rendah ataupun kualitas produk yang lebih tinggi, semakin rendah *profit* atau laba yang akan didapatkan oleh perusahaan produsen. Harga produk yang lebih rendah berarti pendapatan bagi perusahaan juga semakin rendah. Di satu sisi, Perusahaan memerlukan biaya yang tinggi dalam menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



Sebaliknya, semakin rendah daya tawar pembeli maka semakin menguntungkan bagi perusahaan.

Daya tawar pembeli dalam industri makanan King Emping ini rendah karena King Emping memiliki varian rasa yang banyak seperti rasa rendang, rumput laut, sambel matah, seblak, keju, pedas manis dan asin gurih daripada pesaing yang ada sehingga jika konsumen menginginkan emping rasa yang berbeda King Emping dapat memenuhi keinginan konsumen.

Kesimpulannya ini menjadi peluang King Emping.

3) Hambatan Bagi Produk Pengganti / Substitusi

Hambatan atau ancaman ini terjadi apabila pembeli/konsumen mendapatkan produk pengganti yang lebih murah atau produk pengganti yang memiliki kualitas lebih baik dengan biaya yang rendah. Semakin sedikit produk pengganti yang tersedia di pasaran akan semakin menguntungkan perusahaan. Untuk produk pengganti King Emping ini cukup banyak karena emping melijo ini sejenis kerupuk yang terbuat dari melinjo dan banyaknya di luar sana jenis kerupuk yang lain seperti kerupuk jengkol dan kerupuk udang. Jadi konsumen dapat memilih produk lain dengan harga yang lebih murah. Ancaman pendatang baru untuk produk substitusi King Emping ini cukup tinggi.

Kesimpulannya ini menjadi ancaman King Emping.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



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

Untuk alat analisis berikutnya adalah *competitive profile matrix* dimana digunakan untuk menunjukkan kepada seorang pebisnis dimana titik lemah dan kuat mereka terhadap pesaingnya.

Dimana untuk alat analisis ini terdapat 4 hal yang perlu diperhatikan yaitu

1) *Critical success factor*

Dalam hal ini dimana ini adalah kunci dalam menentukan kesuksesan dalam suatu industri dimana faktor ini berasal dari lingkungan eksternal dan internal dan beberapa *critical success factor* yang dimiliki adalah faktor kualitas produk, kemasan, pelayanan, lokasi, promosi, dan harga emping melinjo.

2) *Rating*

Untuk *rating* cpm ini terdiri dari score 1-4 dan berikut adalah keterangan berkaitan dengan *score*

- a. Peringkat diterapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan.
- b. Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan.
- c. Tanggapan rata-rata diwakili oleh angka 2,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.
- d. Tanggapan di atas rata-rata diwakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kekuatan kecil dalam sebuah perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



e. Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah memiliki kekuatan utama diwakili oleh 4.0

3) *Weigh*

Untuk point berikutnya adalah *weigh* atau pembobotan dimana kita bisa memberi angka dari 0,1 hingga 1.0 dimana semakin kecil angka bobot yang kita berikan terhadap *critical factor* maka faktor tersebut bukan menjadi penentu dalam kesuksesan sebuah industri begitupun sebaliknya.

4) Total *Weigh Score*

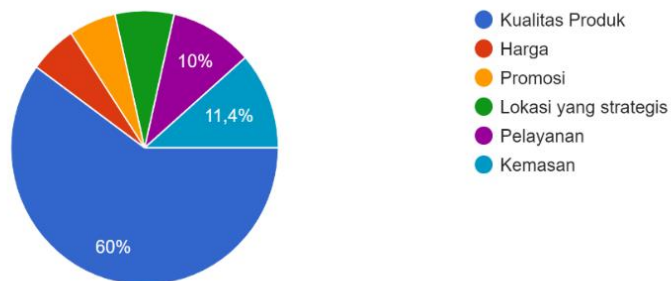
Untuk langkah terakhir adalah kita menghitung total *score* dimana kita menjumlahkan semua *score* dari setiap perusahaan untuk kita bisa jumlahkan, dan perusahaan yang mendapat total *score* terbesar adalah perusahaan yang paling kuat dalam sebuah industri terkait. Berikut adalah pengaruh pembelian Emping Melinjo.

Gambar 3. 2

Bobot Pengaruh Pembelian Emping Melinjo

Apa yang paling mempengaruhi anda dalam membeli emping?

70 jawaban



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



Sumber : King Emping

Berdasarkan gambar di atas bahwa terlihat faktor bobot dimana urutan yang pertama adalah Kualitas Produk (60%), Kemasan (11,4%), Pelayanan (10%), Lokasi (7,1%), Promosi (5,7%) dan Harga (5,7%).

Berikut adalah tabel *Competitive Profile Matrix* perbandingan dengan King Emping

Tabel 3. 3
Analisis CPM

Critical Success Factor	Weight	King Emping		Emping Cikeper		Emping Malingping	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Kualitas Produk	0.600	4	2.4	3	1.8	4	2.4
Kemasan	0.114	3	0.342	2	0.228	2	0.228
Pelayanan	0.100	3	0.3	4	0.4	4	0.4
Lokasi Strategis	0.071	4	0.284	3	0.213	3	0.213
Promosi	0.057	3	0.171	2	0.114	2	0.114
Harga	0.057	2	0.114	4	0.228	3	0.171
			3.497		2.983		3.526

Sumber : Data Quisioner

Hasil analisa CPM di atas didapat dari survei menggunakan *Google Form* dengan koresponden sebanyak 70 orang. CSF ini didapat dari hasil Analisis dari beberapa pesaing yang ada di daerah sekitar.

Hasil Analisis CPM terendah tidak menjadi penentu bahwa suatu bisnis lebih buruk dari pada bisnis lainnya. Karena angka yang terdapat pada CPM hanya menggambarkan suatu kelemahan dan kekuatan dari suatu bisnis yang berbeda-beda.

Dalam kaitannya dengan tabel di atas berikut penjelasannya mengenai posisi dan pesaing King Emping :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan 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 dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



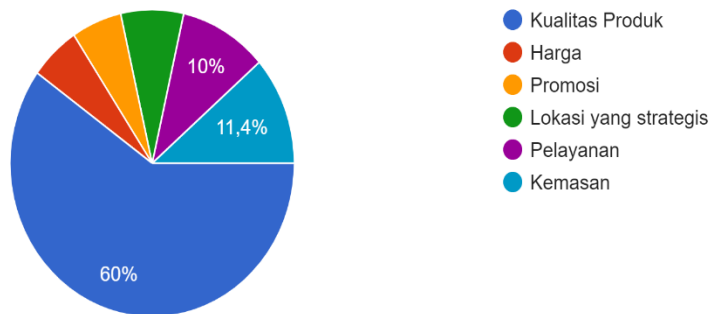
1) Kualitas Produk

Dalam responden quisioner King Emping ini kualitas produk mendapatkan bobot 0.600 lebih besar dari yang lain. King Emping mendapatkan *score* 2.4 bersaing dengan Emping Malingping dengan memiliki hasil *score* yang sama. Sedangkan Emping Cikeper mendapatkan *score* 1.8 karena Emping Cikeper hanya memiliki 2 varian rasa asin gurih dan pedas manis sedangkan King Emping memiliki beberapa varian rasa rendang, rumput laut, sambel matah, seblak, keju, pedas manis dan asin gurih.

Gambar 3. 3

Data Kualitas Produk

Apa yang paling mempengaruhi anda dalam membeli emping?
70 jawaban



Sumber : Data Quisioner

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.

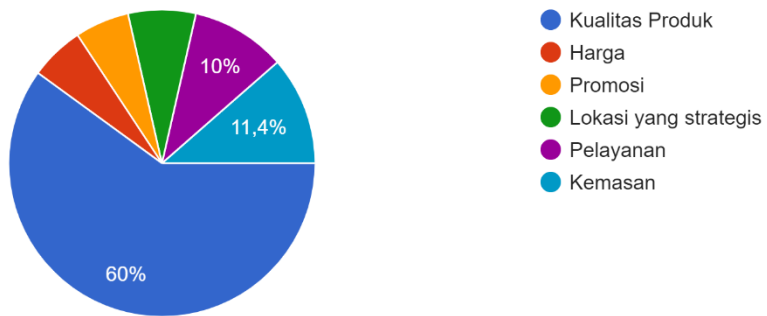


2) Kemasan

Kemasan mendapatkan bobot 0.114. King Emping mendapatkan *score* 0.342 kemasan King Emping lebih unggul dari pada pesaing yang ada karena kemasan King Emping menggunakan plastik yang tebal dan menggunakan logo King Emping. Sedangkan Emping Cikeper dan Emping Malingping memiliki *score* yang sama yaitu 0.228 karena mereka menggunakan plastik yang tipis dan tidak menggunakan merk dan juga ketika saya wawancara konsumen pesaing itu mengatakan bahwa mereka menggunakan plastik yang tipis.

Gambar 3. 4
Data Kemasan

Apa yang paling mempengaruhi anda dalam membeli emping?
70 jawaban



Sumber : Data Quisioner

3) Pelayanan

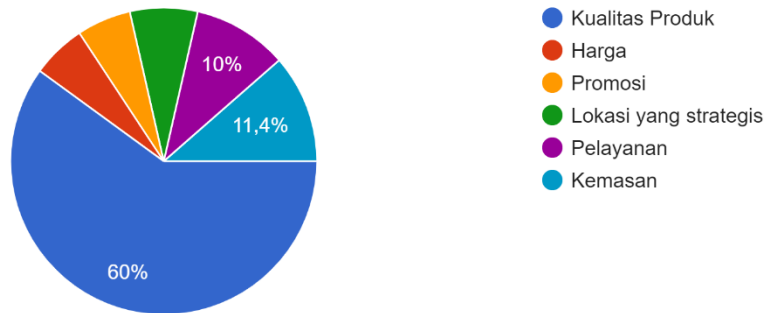
Pelayanan mendapatkan bobot 0.100. King Emping memiliki *score* 0.3 lebih rendah dari pesaing karena King Emping baru memulai usaha dan belum memiliki banyak pengalaman dalam melayani konsumen sehingga King Emping harus belajar dari pesaing yang ada. Sedangkan Emping Cikeper dan



Emping Malingping memiliki *score* yang sama yaitu 0.4 karena mereka sudah mempunyai pasar dan sudah berdiri terlebih dahululu dari King Emping sehingga pelayanan mereka lebih unggul dari King Emping.

Gambar 3.5
Data Pelayanan

Apa yang paling mempengaruhi anda dalam membeli emping?
70 jawaban



Sumber : Data Quisioner

4) Lokasi Strategis

Lokasi mendapatkan bobot 0.071. King Emping memiliki *score* 0.284 lebih unggul dari pesaing karena lokasi King Emping dekat dengan jalan raya dan sekolahan sedangkan lokasi pesaing jauh dari jalan raya dan masuk ke pelosok desa sehingga memiliki *score* 0.213 lebih rendah dari King Emping.

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

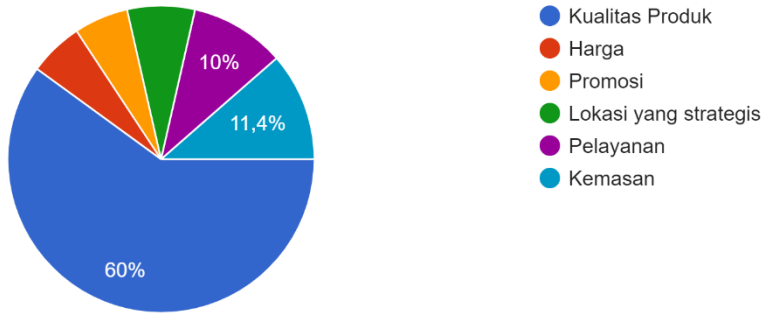
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Gambar 3. 6

Data Lokasi Strategis

Apa yang paling mempengaruhi anda dalam membeli emping?
70 jawaban



Sumber : Data Quisioner

5) Promosi

Promosi mendapatkan bobot sebesar 0.057. King emping memiliki *score* 0.171 lebih unggul dari pesaing karena King Emping mempromosikan melalui media sosial sedangkan pesaing tidak mempromosikan melalui media sosial sehingga pesaing mendapatkan *score* 0.114 lebih rendah dari King Emping.

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

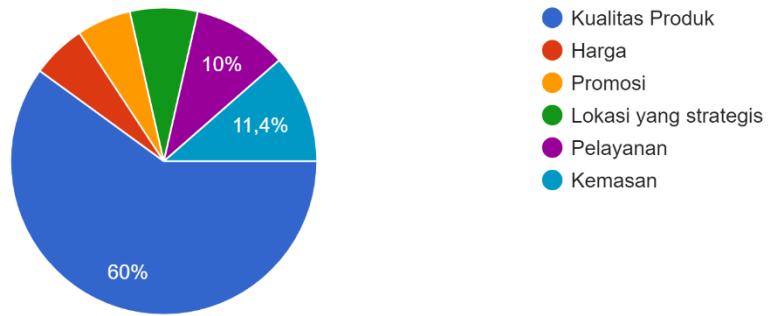
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Gambar 3.7
Data Promosi

Apa yang paling mempengaruhi anda dalam membeli emping?
70 jawaban



Sumber : Data Quisioner

6) Harga

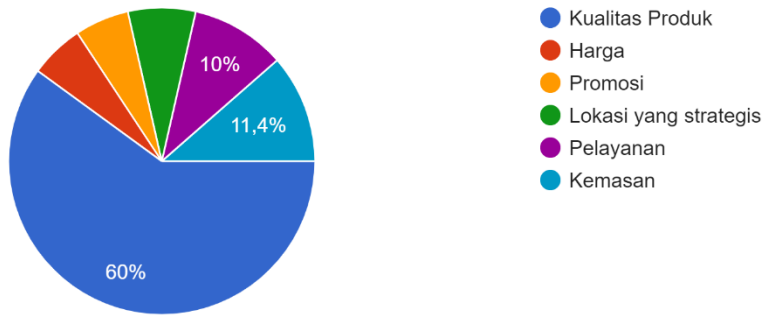
Harga mendapatkan bobot 0.057. King Emping mendapatkan *score* 0.114 lebih rendah dari pesaing karena harga King Emping sedikit lebih mahal dari pesaing karena King Emping memiliki banyak varian rasa tentunya harganya berbeda-beda. Sedangkan Emping Cikeper mendapatkan *score* 0.228 lebih unggul dari King Emping karena Emping Cikeper hanya memiliki dua varian rasa seperti rasa pedas manis dan asin gurih serta harganya lebih murah dari King Emping. Dan Emping Malingping mendapatkan *score* 0.171 lebih rendah dari Emping Cikeper karena emping malingping memiliki 3 varian rasa seperti rasa asin gurih, pedas manis dan seblak.

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.



Gambar 3. 8
Data Harga

Apa yang paling mempengaruhi anda dalam membeli emping?
70 jawaban



Sumber : Data Quisioner

© 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.

F. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek.

Analisis SWOT pertama kali diperkenalkan oleh Albert S Humphrey pada tahun 1960-an dalam memimpin proyek riset di Stanford Research Institute yang menggunakan data dari perusahaan-perusahaan Fortune 500.

Pengertian analisis SWOT menurut Philip Kotler yaitu evaluasi terhadap semua kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang terdapat pada individu atau organisasi.

Persaingan bisnis emping memang ada, apalagi masyarakat telah mengenal berbagai keripik untuk cemilan, seperti keripik singkong, emping singkong, emping melinjo, dan cemilan lainnya. Dengan *market* atau pasar yang besar, hal tersebut tidak menjadi kendala



berarti asalkan ada nilai tambah yang ada pada produk King Emping ini. Analisis SWOT untuk kegiatan usaha pembuatan emping :

1. *Strength (S)*
 - a) Produknya tipis, renyah dan memiliki varian rasa seperti rasa rendang, rumput laut, sambel matah, seblak, keju, pedas manis dan asin gurih.
 - b) Kemasan yang berkualitas dan bermerk, kemasan menggunakan plastik yang tebal dan memiliki logo King Emping
 - c) Lokasi yang strategis dekat dengan jalan raya dan sekolahan
 - d) Promosi melalui media sosial, marketplace, website yang terintegrasi seperti Instagram, Whatsapp, Facebook, dan Tokopedia.
2. *Weakness (W)*
 - a) Harga yang belum bisa bersaing karena memiliki banyak varian rasa seperti rasa rendang, rumput laut, sambel matah, seblak, keju, pedas manis dan asin gurih sehingga harganya berbeda-beda.
 - b) Pelayanan yang belum berpengalaman dibanding dengan pesaing karena baru memulai usaha
3. *Opportunities (O)*
 - a) Dukungan regulasi dari pemerintah terhadap UMKM
 - b) Tren dukungan terhadap makanan lokal intruksi dari Bupati Pandeglang
 - c) Teknologi yang berkembang pesat sehingga dapat mempermudah usaha karena sekarang memasuki industri 4.0
 - d) Bahan baku yang ramah lingkungan, kulitnya mudah dibakar dan dapat dijadikan pupuk tanaman dan briket.



- e) Kemudahan dalam izin usaha karena bisa dilakukan secara online sehingga dapat menghemat biaya
- f) Mudah nya mendapatkan pemasok karena banyaknya pemasok yang tersebar di daerah Banten

2) *Threats* (T)

- a) Daya beli masyarakat menurun akibat pandemic Covid-19. Karena lagi krisis ekonomi akibat pandemic sehingga daya beli masyarakat menurun dan masyarakat lebih memilih produk kesehatan dan makanan pokok.
- b) Mudah nya pendatang baru masuk industri makanan karena King Emping ini mudah untuk dibuat dan cara pembuatannya tidak terlalu sulit.
- c) Produk pengganti yang mudah ditemukan karena King Emping ini sejenis kerupuk yang terbuat dari melinjo dan banyak di luar sana jenis kerupuk yang lain seperti kerupuk jengkol, kerupuk udang dan lain-lain sehingga dapat dengan mudah dalam mencari produk pengganti King Emping ini.

Berikut adalah matriks SWOT dari King Emping

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

Internal

Strength

Weaknesses

- a. Produknya tipis, renyah dan memiliki varian rasa (S1)
- b. Kemasan yang berkualitas dan bermerk (S2)
- c. Lokasi yang strategis (S3)
- d. Promosi melalui media sosial, marketplace dan website yang terintegrasi (S4)

- a. Harga yang belum bisa bersaing karena memiliki banyak varian rasa (W1)
- b. Pelayanan yang belum berpengalaman dibanding dengan pesaing (W2)

Opportunity

S-O Strategies

W-O Strategies

- a. Dukungan regulasi dari pemerintah (O1)
- b. Tren dukungan terhadap makanan lokal (O2)
- c. Teknologi yang berkembang pesat (O3)
- d. Bahan baku yang ramah lingkungan (O4)
- e. Kemudahan dalam izin usaha (O5)
- f. Memiliki berbagai varian rasa (O6)
- g. Mudah nya mendapatkan Pemasok (O7)

- a. Melakukan penjualan melalui media online dan offline (S1, S2, S3, S4, O1, O2, O3, O5, O6)
- b. Bahan baku yang mudah didapatkan (S1, O2, O4, O7)

- a. Menggunakan media social, marketplace, dan website untuk melakukan pengenalan produk (W1, O2, O3, O6)
- b. Melatih tenaga kerja kepada pihak-pihak terkait untuk memberi pelayanan yang lebih bisa bersaing (W2, O2, O3, O5, O7)

Threats

S-T Strategies

W-T Strategies

- a. Daya beli masyarakat menurun akibat pandemic Covid-19 (T1)
- b. Mudah nya pendatang baru masuk industri makanan (T2)

- a. Memberikan promo kepada konsumen (S1, S2, S4, T1)
- b. Memberi kemasan yang menarik (S2, T2)

- a. Memberikan kemasan yang lebih kecil (W1, T1, T2, T3)



Hak cipta milik IBI KKG (Institute of Business Informatika dan Informatika Kwik Kian Gie)

Eksternal

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.

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



c. Produk pengganti yang mudah ditemukan (T3)		
---	--	--

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

1. S-O Strategis

1. Melakukan penjualan melalui media online dan offline (S1, S2, S3, S4, O1, O2, O3, O5, O6)

Dengan adanya toko online dan offline ini sehingga dapat dengan mudah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. King Emping ini memiliki produk yang tipis, renyah dan memiliki berbagai varian rasa seperti rasa rendang, rumput laut, sambel matah, seblak, keju, pedas manis dan asin gurih. Dengan adanya dukungan regulasi dari pemerintah dan kemudahan dalam izin usaha maka King Emping memilih lokasi yang startegis yaitu di dekat jalan raya dan sekolahan.

2. Bahan baku yang mudah didapatkan (S1, O2, O4, O7)

Dengan adanya dukungan dari pemerintah daerah setempat terhadap makanan lokal dan banyaknya pemasok yang tersebar sehingga King Emping dapat dengan mudah mencari pemasok dengan harga yang murah.



2. W-O Strategies

1. Menggunakan media social, marketplace dan website untuk melakukan pengenalan produk (W1, O2, O3, O6)

Karena harga produk King Emping belum bisa bersaing dan memiliki banyak varian rasa maka dari itu King Emping memperkenalkan produk melalui media sosial seperti instagram, whatsapp, website, tokopedia karena dengan menggunakan media sosial, marketplace dan website mudah dikenal dan jangkauannya luas.

2. Melatih tenaga kerja kepada pihak-pihak terkait untuk memberi pelayanan yang lebih bisa bersaing (W2, O2, O3, O5, O7)

Karena King Emping ini baru memulai usaha, sehingga King Emping belum berpengalaman dalam melayani konsumen, maka dari itu King Emping melatih tenaga kerja kepada pihak-pihak yang terkait agar pelayanan yang diberikan King Emping dapat memuaskan konsumen.

3. S-T Strategies

1. Memberikan promo kepada konsumen (S1, S2, S4, T1)

Untuk bisa bersaing dengan pesaing lain, karena King Emping memiliki banyak varian rasa dan harganya berbeda-beda dan lebih mahal dari pesaing, maka dari itu King Emping memberikan promo kepada konsumen.

2. Memberi kemasan yang menarik (S2, T2)

Karena mudahnya pendatang baru memasuki industri makanan terutama emping melinjo ini, maka King Emping menggunakan kemasan yang berkualitas dan bermerk sehingga dapat menarik perhatian konsumen.

4. W-T Strategies

1. Memberikan kemasan yang lebih kecil (W1,T1,T2, T3)

Karena harga King Emping ini belum bisa bersaing karena memiliki banyak varian rasa dan daya beli masyarakat menurun akibat pandemic covid-19 maka King Emping membuat ukuran kemasan lebih kecil agar dapat dijangkau oleh konsumen

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.