

## BAB II

### ANALISIS INDUSTRI

Sebelum membuat suatu usaha atau bisnis baru, seorang wirausahawan harus melakukan analisis industri terlebih dahulu agar dapat mengetahui lebih fokus tentang tren yang ada pada industri masa kini. Kondisi pasar yang dinamis merupakan suatu alasan pentingnya melakukan analisis industri sebelum memulai suatu bisnis baru.

Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam menganalisis industri diantaranya adalah sebagai berikut :

#### 1. Permintaan industri

Permintaan selalu berhubungan dengan industri yang sering digunakan oleh masyarakat. Pengetahuan tentang pasar yang sedang mengalami pertumbuhan atau penurunan industri, jumlah pesaing, semua perubahan pada kebutuhan konsumen serta daya beli konsumen merupakan persoalan penting dalam mencoba menetapkan bisnis potensial yang mungkin dicapai oleh suatu usaha baru. Permintaan di industri makanan tentunya hanya mengalami sedikit goncangan. Hal ini dikarenakan industri makanan merupakan industri yang permintaannya inelastik. Walaupun harga bahan makanan terus meningkat, akan tetapi permintaan terhadap produk makanan cenderung tetap. Hal ini dikarenakan makanan merupakan kebutuhan pokok.

#### 2. Pesaingan

Sebagian wirausahawan umumnya mendapat ancaman dari perusahaan-perusahaan besar. Oleh sebab itu, seorang wirausahawan sebaiknya harus dapat mempersiapkan diri untuk menghadapi ancaman tersebut, menentukan dengan tepat siapa saja yang menjadi pesaingnya, serta harus mengetahui kekuatan dan kelemahan dari strategi yang diterapkan.





### 3. Fokus pada market tertentu

Seorang wirausahawan harus mengetahui informasi tentang siapa saja yang akan menjadi calon pelanggan, lingkungan bisnis seperti apa yang terdapat di dalam pasar, dan area geografisnya dimana suatu usaha dapat berjalan.

Dengan mengetahui informasi mengenai industri dan pesaing, maka perusahaan dapat merumuskan sebuah strategi yang efektif bagi perusahaan. Strategi yang efektif tidak hanya dapat menanggulangi berbagai ancaman yang ada, tetapi juga bisa menciptakan peluang bagi perusahaan.

### A. Gambaran Masa Depan

Seiring dengan perkembangan zaman, telah terjadi pergeseran dan perubahan gaya hidup. Padatnya aktivitas dan tingkat kesibukan yang tinggi menyebabkan masyarakat modern lebih menyukai hal-hal yang praktis, termasuk soal makan dan minum. Mereka lebih memilih untuk menyantap makanan cepat saji. Hal ini dikarenakan kesibukan dan padatnya aktivitas mereka sehari-hari sehingga tidak memiliki waktu yang cukup untuk memasak di rumah. Oleh sebab itu, mereka mengkonsumsi makanan yang ala kadarnya. Kebiasaan ini membentuk pola konsumtif dan konsumerime yang telah menjadi gaya hidup masyarakat saat ini. Padahal, dengan gaya hidup masyarakat yang gemar mengkonsumsi makanan serba instan adalah salah satu faktor dari munculnya penyakit degeneratif di era modern saat ini. Yang dimaksud dengan penyakit degeneratif adalah suatu penyakit yang muncul akibat proses kemunduran fungsi sel tubuh, yaitu dari keadaan normal menjadi lebih buruk. Kelompok penyakit ini, antara lain stroke, jantung koroner, kardiovaskular, obesitas, dan dislipidemia. Biasanya penyakit degeneratif ini baru muncul saat seseorang menua dan bisa juga melalui faktor keturunan. Namun sekarang, penyakit degeneratif itu sudah mulai menyerang berbagai kalangan termasuk usia produktif sekalipun.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KIK (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.

Instititit Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Makanan cepat saji memiliki sedikit kandungan nutrisi dan memiliki nilai gizi yang rendah. Kehadiran makanan tersebut tidak bisa lepas dari perkembangan pesat industri kuliner. Makanan tersebut hampir ada di berbagai pusat perbelanjaan dan pusat jajanan di kota-kota besar. Bahkan restoran jenis ini sudah mulai merambah kota-kota kecil.

Untuk mencegah penyakit degeneratif ini, masyarakat perlu memiliki kesadaran yang tinggi untuk mengurangi makanan cepat saji dan beralih ke pola hidup sehat. Walaupun masih banyak masyarakat yang mengonsumsi makanan cepat saji, namun tidak sedikit pula masyarakat kini yang telah menyadari pentingnya pola hidup sehat, terutama masyarakat golongan menengah ke atas.

Pola hidup sehat dapat ditempuh melalui berbagai cara, salah satunya dengan mengonsumsi buah-buahan. Buah-buahan memiliki manfaat untuk mencegah dan mengatasi penyakit degeneratif karena kandungan antioksidan, vitamin, mineral, dan serat yang ada dalam buah mampu memberi efek positif bagi setiap orang yang mengkonsumsinya.

Di samping itu, perubahan dan pergeseran gaya hidup juga terjadi akibat pesatnya pertumbuhan pembangunan kota Jakarta sehingga membuat Jakarta menjadi kota dengan tingkat mobilitas penduduk yang sangat tinggi. Hal ini membuat masyarakat Jakarta dihinggapi rasa penat dikarenakan aktifitas yang padat. Karena kondisi ini, pada akhir pekan mereka biasanya mencari tempat-tempat untuk melepas penat. Salah satu tempat yang bisa menjadi tujuan warga masyarakat untuk melepaskan diri dari rasa penat adalah kafe.

Di samping konsumsi makanan cepat saji, keberadaan kafe juga telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat saat ini. Seiring dengan perkembangan zaman, kafe ini tidak hanya menyediakan minuman kopi dan beberapa kuliner saja, namun juga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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



menjadi sarana berkumpul dan bersosialisasi. Bisnis kafe pun menjadi menarik dilihat dari gaya hidup masyarakat modern yang cenderung konsumtif.

Bisnis kafe telah banyak bermunculan dengan masing-masing konsep yang mereka hadirkan untuk menarik pengunjung. Mereka tidak hanya menawarkan berbagai pilihan kuliner yang enak, tetapi juga memberikan pelayanan yang maksimal untuk menarik pelanggan. Namun, masih sedikit dari mereka yang menspesialisasikan produk mereka dengan bahan dasar buah. Padahal, untuk hidup secara sehat alami dapat ditempuh dengan mengkonsumsi buah setiap hari.

Berikut merupakan data tentang pengeluaran rata-rata per kapita Indonesia menurut kelompok barang :

**Tabel 2.1**  
**Persentase Pengeluaran Rata-rata per Kapita Sebulan**  
**Menurut Kelompok Barang Indonesia**  
**2004-2010**

Kelompok Barang	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Makanan:</b>							
Padi-padian	9.44	8.54	11.37	10.15	9.57	8.86	8.89
Umbi-umbian	0.76	0.58	0.59	0.56	0.53	0.51	0.49
Ikan	5.06	4.66	4.72	3.91	3.96	4.29	4.34
Daging	2.85	2.44	1.85	1.95	1.84	1.89	2.10
Telur dan susu	3.05	3.12	2.96	2.97	3.12	3.27	3.20
Sayur-sayuran	4.33	4.05	4.42	3.87	4.02	3.91	3.84
Kacang-kacangan	1.75	1.70	1.63	1.47	1.55	1.57	1.49
Buah-buahan	2.61	2.16	2.10	2.56	2.27	2.05	2.49
Miayak dan lemak	2.31	1.93	1.97	1.69	2.16	1.96	1.92
Bahan minuman	2.48	2.23	2.50	2.21	2.13	2.02	2.26
Bumbu-bumbuan	1.43	1.33	1.37	1.10	1.12	1.08	1.09
Konsumsi lainnya	1.23	1.34	1.27	1.34	1.39	1.33	1.29
Makanan jadi	10.28	11.44*)	10.29*)	10.48*)	11.44*)	12.63*)	12.79*)
Minuman beralkohol	0.08	-	-	-	-	-	-
Terbakau dan sirih	6.89	6.18	5.97	4.97	5.08	5.26	5.25

Sumber : Badan Pusat Statistik Republik Indonesia

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



Berdasarkan data yang diperoleh dari Biro Pusat Statistik mengenai persentase pengeluaran rata-rata per kapita sebulan menurut kelompok barang, maka dapat disimpulkan bahwa pengeluaran untuk jenis kelompok barang buah-buahan, bahan minuman, dan makanan jadi mengalami fluktuasi dari tahun 2004-2008. Dari tahun 2009-2010 mengalami peningkatan persentase pengeluaran per kapita untuk sektor makanan tersebut. Dengan ini maka prospek industri makanan makin baik ditandai dengan makin banyaknya produsen baru yang merintis bisnis *food & beverage*. Hal ini juga menandakan bahwa industri makanan dan minuman, serta buah-buahan masih menarik dan belum jenuh.

Melihat gaya hidup masyarakat modern yang senang mengunjungi kafe, berbagai macam penyakit degeneratif yang muncul akibat pola makan yang tidak sehat, kesadaran hidup sehat yang mulai dijalani oleh kelompok masyarakat tertentu, dan buah-buahan yang dipercaya dapat mengobati dan mencegah penyakit degeneratif serta memberikan efek positif bagi yang mengkonsumsinya, maka kondisi ini menciptakan sebuah peluang bagi penulis untuk mendirikan usaha ini. Sejauh ini belum ada atau masih sedikit kafe yang berorientasi pada buah sebagai bahan dasar dari menu mereka.

*Fruity Fresh Fruits* hadir untuk memberi solusi bagi masyarakat modern. Tawaran menu buah yang sehat dan menyegarkan akan memberi hidup lebih berkualitas. Pemilihan lokasi di Kelapa Gading karena Kelapa Gading telah menjadi kawasan yang mengalami perkembangan pesat. Secara ekonomi, Kelapa Gading merupakan salah satu daerah pusat bisnis di Jakarta Utara. Pendirian usaha dengan mengambil lokasi di Kelapa Gading yang dekat dengan target market ini diharapkan dapat mengalami prospek yang cerah.

Seiring dengan berjalannya usaha, *Fruity Fresh Fruits* akan menambah menu-menu baru untuk memberikan pilihan yang lebih variatif. Apabila usaha telah mencapai masa yang stabil dan memiliki banyak pelanggan tetap, maka penulis berencana untuk

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.



membuka cabang di daerah lain dengan menjual bisnis dengan pola atau sistem *franchise*.



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

## B. Analisis Pesaing

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:552) analisis pesaing adalah proses mengenali dan menilai pesaing utama; menilai tujuan, strategi, kekuatan, dan kelemahan mereka, serta pola reaksinya; dan memilih pesaing mana yang akan diserang atau dihindari.

Melalui analisis pesaing, perusahaan dapat mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan pesaing, alasan pelanggan menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan dibandingkan menggunakan produk yang dihasilkan oleh pesaing, dapat melakukan komunikasi terhadap faktor-faktor keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) secara efektif kepada pelanggan potensial. Selain itu, dapat berpikir kreatif dan inovatif untuk melakukan perubahan guna meningkatkan nilai produk yang dihasilkan perusahaan.

Dalam dunia persaingan, tugas utama pengusaha adalah menggaet pelanggan sebanyak mungkin, baik pelanggan baru maupun pelanggan lama, dan juga bagaimana cara mematikan laju perkembangan pesaing. Dengan demikian, dalam menjalankan strategi perusahaan yang kompetitif, seorang pengusaha diharapkan untuk terus-menerus mengetahui dan memantau setiap gerak-gerik pesaing.

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam analisis pesaing adalah mengidentifikasi apa saja yang terlibat dalam bisnis tersebut untuk mengetahui pesaing utama perusahaan. Selanjutnya yang harus diperhatikan adalah analisis atribut-atribut yang dimiliki oleh pesaing utama. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan melakukan analisis SWOT atas bisnis yang sedang dilakukan dibandingkan dengan pesaing utama.

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.



Intinya, analisis pesaing merupakan salah satu alat untuk memulai secara kreatif memikirkan kembali strategi-strategi yang dimiliki perusahaan.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Oleh sebab itu, seorang wirausahawan harus mengenal dengan baik persaingan seperti apa yang akan dihadapinya. Selain itu, juga harus dapat membuat keputusan yang tepat dengan cara mengoptimalkan sumber daya manusia, membentuk tim kerja yang solid, menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, dan membuat rencana atau strategi untuk memenangkan persaingan. Seorang wirausahawan harus dapat mengenali kekuatan dan kelemahan pesaingnya untuk menetapkan strategi terbaik dan efektif bagi perusahaan sehingga perencanaan pemasaran yang diterapkan dapat berfungsi dengan optimal.

*Fruity Fresh Fruits* tidak memiliki pesaing langsung, namun demikian memiliki beberapa pesaing tidak langsung. Informasi mengenai pesaing tidak langsung diperoleh dengan berbagai cara, diantaranya sebagai berikut :

Melakukan kunjungan personal ke perusahaan pesaing dengan mengamati bagaimana para karyawan berintraksi dengan pelanggan, mengamati bagaimana produk tersebut ditawarkan kepada pelanggan, dan mengamati bagaimana kebijakan mengenai harga.

Memberikan pertanyaan kepada konsumen yang telah melakukan pembelian produk pada perusahaan pesaing untuk mengetahui dan mempelajari pendapat konsumen mengenai perbandingan kualitas dan harga produk antara perusahaan pesaing dengan perusahaan yang akan didirikan nantinya.

Mencari informasi melalui internet mengenai profil perusahaan pesaing, produk dan jasa yang ditawarkan, fasilitas yang ditawarkan dan promosi yang dilakukan oleh pesaing.

Penulis melakukan analisis pesaing untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan pesaing serta menjadikannya sebagai bahan pembelajaran dalam menetapkan strategi



yang efektif untuk dapat bertahan dalam kondisi persaingan yang ketat. Seorang wirausahawan harus terus melakukan evaluasi dengan memperbaiki kekurangannya dan meningkatkan kelebihanannya untuk menjadi lebih baik.

Penulis telah melakukan analisis pesaing dengan melakukan *survey* di daerah sekitar tempat usaha. Berdasarkan hasil *survey* tersebut, penulis tidak menemukan adanya bisnis yang sama atau mirip dengan bisnis yang akan dirintis, yaitu kafe yang berorientasi pada buah-buahan. Oleh karena itu, penulis menjadikan pesaing tidak langsung, yaitu pesaing yang secara tidak langsung menjadi pesaing *Fruity Fresh Fruits* karena menawarkan manfaat yang sama.

Pertama, ialah pesaing dari industri *frozen yoghurt*, yaitu *Heavenly Blush* dan *Sour Sally*. Ada pun alasan penulis menetapkan industri *frozen yoghurt* sebagai pesaing (tidak langsung) karena *yoghurt* telah menjadi bagian dari gaya hidup sehat dan menjadi *trend* saat ini. *Yoghurt* yang telah dikenal dan dikonsumsi sejak 4,5 abad yang lalu ini merupakan olahan susu dengan proses fermentasi oleh bakteri *Lactobacillus bulgaricus* dan *Streptococcus thermophiles*. Manfaat *yoghurt* sangat baik untuk kesehatan karena mengandung kalsium tinggi, protein, vitamin B6, vitamin B12, dan riboflavin. Selain itu, masyarakat biasanya mengonsumsi *frozen yoghurt* dengan memberikan potongan buah-buahan sebagai *topping*. Karena *yoghurt* dan buah memiliki kesamaan dalam segi manfaatnya bagi kesehatan, maka penulis menggunakan hal ini sebagai landasan dalam menetapkan pesaing.

Pesaing lainnya ialah *New Zealand Natural*. Meskipun produk unggulannya adalah es krim, namun *New Zealand Natural* juga menjual beberapa *dessert* diantaranya adalah *fresh juice* yang menjadi salah satu menu dari *Fruity Fresh Fruits*.

Berikut adalah beberapa daftar nama-nama pesaing tidak langsung *Fruity Fresh Fruits* :



## 1. *New Zealand Natural*

- C** Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Mulai didirikan : Tahun 1984
- Jenis produk : *Ice Cream, Frozen yoghurt, Fruit flo, Shakes, Smoothie, Juice, Sundaes, Pancakes, Waffle, Crepes, Chillos.*
- Produk unggulan : *Ice cream*
- Tagline : *“Premium ice cream”*
- Cabang di Jakarta : - Central Park Mall  
- Senayan City  
- Plaza Senayan  
- Taman Anggrek  
- Plaza Indonesia  
- Mall Kelapa Gading 1 & 3
- Alamat website : <http://www.newzealandnatural.com/>
- Kelebihan : - *Brand loyalty* yang tinggi  
- Kualitas produk premium
- Kekurangan : - Harga relatif mahal sehingga kurang terjangkau oleh seluruh kalangan.  
- Tidak memiliki fasilitas tempat duduk

## Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### 2. *Heavenly Blush*

- Mulai didirikan : Tahun 2008
- Jenis Produk : *Yoghurt drink, frozen yoghurt, yo salad, blender brew*
- Produk unggulan : *Frozen yoghurt*
- Tagline : *“Guiltlessly Satisfied”*
- Cabang di Jakarta : - Pondok Indah Mal 2  
- Plaza Indonesia

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

- Mal Kelapa Gading 3
- Central Park
- Pluit Village

Alamat website : <http://www.heavenlyblush.com/>

Kelebihan : - Kualitas produk premium  
- Memiliki lebih dari satu varian produk  
- Kolaborasi dengan *Nutrifood Research Center*  
- Mengandung *synbiotics* (kombinasi dari *probiotic* dan *prebiotic*) sehingga memberikan sinergi bagi kesehatan pencernaan dan imunitas tubuh.

Kekurangan : Harga mahal sehingga kurang terjangkau oleh seluruh kalangan.

**Sour Sally**

Mulai didirikan : Tahun 2008

Jenis produk : *Frozen yoghurt* tanpa lemak, *waffle*, *smoothie*, *ice cream*

Produk unggulan : *Frozen yoghurt* tanpa lemak

Tagline : “US Premium Frozen Yoghurt”

Cabang di Jakarta : - Central Park  
- Emporium Pluit Mall  
- FX lifestyle X’nter  
- Grand Indonesia  
- La Codefin Mall  
- La Piazza Mall  
- Pacific Place Mall  
- Pejaten Village



- Plaza Indonesia
- Plaza Semanggi
- Pondok Indah Mall
- Puri Indah Mall
- PX Pavilion ST. Moritz
- Senayan City Mall
- Sumarecon Mall Serpong
- Supermal Karawaci
- Taman Anggrek Mall

Alamat website : <http://www.mysoursally.com/>

Kelebihan : - *Pioner frozen yoghurt*

- Menggunakan strategi merk untuk memperkuat citra *Sour Sally*. “Sour” dalam bahasa Inggris berarti asam. Sedangkan “Sally” adalah karakter yang diciptakan berupa anak remaja perempuan berkepang dua yang manis. Jika digabungkan akan membentuk persepsi *Sour Sally*, yaitu rasa asam dan manis sesuai dengan rasa *yoghurt*.
- Melakukan perluasan merk (*brand extension*) dengan meluncurkan waralaba “Sour Sally Mini” yang ditujukan bagi segmen kelas menengah.

Kekurangan : Produk *frozen yoghurt* kurang bervariasi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

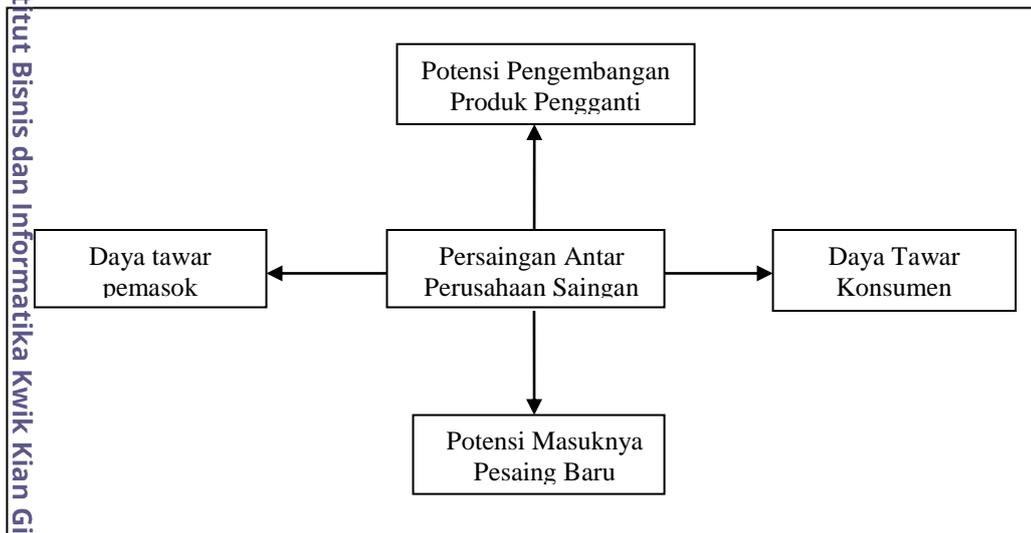
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

C. Analisis Persaingan Model Lima Kekuatan Porter

Menurut Porter dalam buku David, Fred (2013:105) hakikat persaingan di suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan. Model analisis

persaingan ini dikenal dengan analisis persaingan model lima kekuatan Porter. Model Lima Kekuatan Porter adalah suatu kerangka kerja untuk melihat kuat atau lemahnya struktur persaingan perusahaan. Analisis persaingan model lima kekuatan Porter dapat dilihat pada Gambar 2.1

**Gambar 2.1  
Model Lima Kekuatan Porter**



Sumber : David (2013:106)

Analisis persaingan Lima Kekuatan Porter dalam bisnis *Fruity Fresh Fruits* dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### Ancaman dari Pesaing Baru

Masuknya pendatang baru akan menimbulkan persaingan semakin bertambah dan menimbulkan sejumlah implikasi bagi perusahaan yang sudah ada, seperti kapasitas menjadi bertambah, terjadinya perebutan pangsa pasar serta perebutan sumber daya produksi yang terbatas. Dalam dunia bisnis akan selalu ada pendatang baru. Ada beberapa faktor penghambat pendatang baru masuk ke dalam suatu industri atau yang biasa disebut dengan hambatan masuk (*barriers to entry*).





Biasanya semakin besar hambatan untuk masuk, maka semakin rendah ancaman yang masuk dari pendatang baru. Segmen yang paling menarik adalah segmen yang memiliki hambatan untuk masuk yang tinggi dan hambatan untuk keluar yang rendah. Bisnis kafe tergolong memiliki tingkat hambatan masuk yang tinggi karena untuk mulai membuka usaha kafe ini diperlukan modal yang cukup besar dan rangkaian prosedur untuk pendirian sebuah kafe. Begitu juga dengan bisnis kafe *Fruity Fresh Fruits*.

### **Kekuatan Tawar Menawar Pemasok**

Pemasok dapat mempengaruhi industri lewat kemampuan mereka untuk menaikkan harga maupun mengurangi kualitas barang atau jasa. Biasanya semakin sedikit jumlah pemasok, semakin penting produk yang dipasok, dan semakin kuat posisi tawarnya.

Dalam menjalankan kegiatan operasional sehari-hari, *Fruity Fresh Fruits* akan sangat tergantung pada pemasok, khususnya pemasok buah-buahan karena pasokan buah perlu dilakukan secara berkelanjutan demi kelangsungan usaha. Namun demikian, *Fruity Fresh Fruits* akan menjalin kerjasama dengan beberapa pemasok buah sehingga tidak tercipta suatu ketergantungan hanya pada satu pemasok saja.

### **Kekuatan Tawar Menawar Pembeli**

Pembeli merupakan pihak yang memiliki kekuatan dalam penentuan keputusan pembelian. Konsumen dapat membeli lebih dari satu jenis produk yang dihasilkan oleh perusahaan, tapi juga dapat beralih ke produk milik perusahaan pesaing. Semakin besar pembelian, semakin banyak pilihan yang tersedia bagi pembeli akan membuat posisi pembeli semakin kuat.

Dilihat dari kemampuan *financial* masyarakat Kelapa Gading yang mayoritas golongan menengah ke atas, dan pola konsumtif masyarakat modern, maka

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.



penetapan harga *Fruity Fresh Fruis* relatif tidak akan mendapat hambatan dari segi tawar-menawar pembeli.

#### **4** **Ancaman dari Produk Pengganti**

Produk substitusi adalah produk-produk yang dapat menjadi alternatif atau memberikan keuntungan yang sama sehingga dapat menjadi pengganti dari suatu produk. Pembeli memiliki kecenderungan untuk mengganti produk karena kinerja dari produk pengganti lebih baik, memiliki harga relatif murah, dan lebih gampang ditemukan di pasar.

Munculnya produk substitusi seperti jus dalam kemasan *tetra pack* yang memiliki ketahanan dan umur yang lebih lama, suplemen kesehatan dalam berbagai kemasan, dan jamu herbal untuk kesehatan dapat menjadi ancaman bagi keberlangsungan usaha *Fruity Fresh Fruits*. Oleh karena itu, *Fruity Fresh Fruits* akan mengantisipasi dengan menonjolkan manfaat produk inti, yaitu buah-buahan melalui bukti penelitian oleh para ahli gizi yang telah teruji kebenarannya.

#### **Intensitas Persaingan diantara Para Pesaing**

Menurut David, Fred (2013:106) persaingan antar perusahaan sejenis biasanya merupakan kekuatan terbesar dalam lima kekuatan kompetitif Michael Porter. Strategi yang dijalankan oleh suatu perusahaan dapat berhasil jika memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan dengan strategi perusahaan pesaing sehingga dapat memperkuat posisi perusahaan terhadap pasar atau pembeli.

Untuk mengatasi persaingan dalam industri, perusahaan harus meningkatkan kualitas yang lebih baik lagi, harga lebih terjangkau, melakukan inovasi-inovasi baru terhadap produknya supaya masyarakat tidak mengalami kejenuhan terhadap produk tersebut.

Dalam hal ini, *Fruity Fresh Fruits* tidak memiliki pesaing langsung. Namun demikian, *Fruity Fresh Fruits* memiliki beberapa pesaing tidak langsung, yaitu *New*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**4** 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.



*Zealand Natural, Heavenly Blush, dan Sour Sally. Fruity Fresh Fruits* akan menerapkan strategi differensiasi untuk memenangkan persaingan.

Diferensiasi yang dapat dilihat secara fisik (*tangible*) antara lain adalah desain interior dan eksterior kafe, fasilitas fisik, serta penampilan karyawan. Di samping itu, melalui jasa yang disampaikan oleh karyawan *Fruity Fresh Fruits* kepada pelanggan, seperti keterampilan, komunikasi, pengetahuan, kesopanan, dan wujud perhatian yang diberikan kepada pelanggan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### D. Analisis SWOT

Analisis SWOT berguna untuk menganalisis faktor-faktor di dalam organisasi yang memberi andil terhadap kualitas pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal. Dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis, diperlukan suatu penilaian internal dan eksternal perusahaan. Hal ini diperlukan untuk menentukan strategi apa saja yang bisa dilakukan untuk menghadapi persaingan. Penilaian-penilaian ini menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

Menurut Kotler dan Keller (2009:51) analisis SWOT merupakan keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Berikut ini adalah analisis SWOT dari *Fruity Fresh Fruits* :

#### **Kekuatan (*Strengths*)**

##### a. Lokasi strategis

Lokasi *Fruity Fresh Fruits* cukup strategis karena terletak di kawasan Kelapa Gading, tepatnya di Jl. Boulevard Raya yang merupakan kawasan kuliner dan ramai dikunjungi oleh para pecinta kuliner.

##### b. Kualitas bahan baku yang baik



Sebagian besar bahan baku *Fruity Fresh Fruits* adalah buah. Untuk itu, *Fruity Fresh Fruits* selalu menjaga dan mempertahankan kualitas buah agar selalu dalam kondisi yang *fresh*.

c. Penyajian menu yang menarik

Agar menu yang disajikan terlihat lebih menarik, maka menu yang akan disajikan akan dibentuk semenarik mungkin. Hal ini untuk menarik selera konsumen.

d. Fasilitas dan kenyamanan kafe

Berbagai fasilitas dihadirkan dalam *Fruity Fresh Fruits*, seperti pendingin ruangan (AC), musik, dan *hot spot*. Tata letak meja dan kursi pengunjung serta tata letak lampu hias diatur sedemikian rupa untuk menciptakan suasana yang rileks dan nyaman bagi para pengunjung.

e. Dukungan pelayanan yang optimal

Tenaga kerja *Fruity Fresh Fruits* merupakan tim kerja yang solid, memiliki rasa kekeluargaan yang tinggi dan loyalitas terhadap perusahaan. Motivasi yang tinggi ini akan mendorong setiap karyawan untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada para konsumen.

f. *Desain interior dan eksterior*

Desain interior dan eksterior *Fruity Fresh Fruits* didesain dengan kreatif. Untuk desain interior ruangan, terdapat pajangan bergambar berbagai jenis buah beserta penjelasan mengenai manfaat buah tersebut. Pintu depan merupakan pintu kaca sehingga dapat tembus pandang. Sedangkan dinding luar bangunan akan didominasi dengan warna orange yang *eye catching*. Papan nama *Fruity Fresh Fruits* akan didesain dengan bentuk tulisan yang menarik untuk menarik perhatian orang yang lewat.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**Kelemahan (*Weaknesses*)**

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



- a. Bahan baku yang mudah rusak

Bahan baku *Fruity Fresh Fruits* adalah buah, dimana buah memiliki tingkat kebusukan yang cukup tinggi.

- b. Belum dikenal oleh masyarakat

Karena bisnis ini masih tergolong baru, maka belum dikenal oleh masyarakat luas, sehingga diperlukan waktu yang cukup lama untuk masa pengenalan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 4. Peluang (*Opportunities*)

- a. Kepadatan penduduk yang tinggi

Kota Jakarta memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi sehingga menciptakan terbukanya peluang untuk mendapatkan target pasar yang lebih luas dan memudahkan dalam perekrutan tenaga kerja.

- b. Iklim tropis negara Indonesia

Iklim tropis Indonesia menyebabkan suhu udara yang panas dan terik. Situasi ini menciptakan keadaan seseorang yang akan merasa haus dan butuh sesuatu yang segar.

- c. Gaya hidup yang serba praktis dan konsumtif

Gaya hidup masyarakat perkotaan saat ini cenderung konsumtif seiring dengan munculnya masyarakat golongan menengah baru.

- d. Perkembangan teknologi

Seiring dengan perkembangan zaman, maka teknologi semakin maju dan berkembang. Apalagi, dengan adanya transfer teknologi di era globalisasi saat ini.

#### Ancaman (*Threats*)

- a. Banyaknya produk substitusi



Produk yang dapat menjadi substitusi buah-buahan antara lain jus dalam kemasan dan suplemen vitamin dalam bentuk tablet.

**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**

b. Regulasi pemerintah

Pemerintah memegang peranan dalam hal penetapan regulasi mengenai tarif UMP (Upah Minimum Propinsi) dan tarif BBM (Bahan Bakar Minyak) yang jika dinaikkan akan menyebabkan biaya operasional bertambah.

c. Perubahan iklim

Musim buah yang tidak menentu dikarenakan faktor cuaca yang berubah ubah dapat menghambat panen buah untuk jenis buah tertentu. Hal ini berdampak pada ketidaktersediaan jenis buah tertentu untuk persediaan bahan baku *Fruity Fresh Fruits*.

d. Munculnya Pesaing

Pesaing dapat muncul kapan saja dengan meniru konsep yang dijalankan dan merebut pelanggan *Fruity Fresh Fruits*.

e. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi buah setiap hari

Meskipun telah ada sekumpulan masyarakat yang menyadari pentingnya hidup sehat dengan mengonsumsi buah setiap hari, namun bagi sebagian orang mengonsumsi buah hanya seperlunya saja sehingga tidak rutin atau bahkan sangat jarang dilakukan.

Menurut David, Fred (2013:206) matriks SWOT merupakan alat penyesuaian yang membantu manajer dalam mengembangkan empat tipe strategi: strategi SO (*Strength-Opportunities*), strategi WO (*Weaknesses-Threats*), strategi ST (*Strength-Threats*), dan strategi WT (*Weaknesses-Threats*). Berikut adalah matriks SWOT *Fruity Fresh Fruits*:

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 2.2**  
**Matriks SWOT**

<b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b> Faktor internal Faktor eksternal	<b>Strengths (Kekuatan)</b>	<b>Weaknesses (Kelemahan)</b>
	1. Lokasi strategis 2. Kualitas bahan baku yang baik 3. Peyajian menu yang menarik 4. Fasilitas dan kenyamanan kafe 5. Dukungan pelayanan yang optimal 6. Desain interior dan eksterior	1. Bahan baku mudah rusak 2. Belum dikenal oleh masyarakat karena masih baru sehingga <i>brand image</i> belum terbentuk.
<b>Opportunities ((Peluang))</b>	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
Kepadatan penduduk yang tinggi Iklim tropis Negara Indonesia Gaya hidup masyarakat yang serba praktis dan konsumtif Perkembangan teknologi	1. Membagikan brosur (S1, O1) 2. Menciptakan menu-menu segar menggunakan bahan baku buah. (S2, O2, O3) 3. Penggunaan <i>cup sealer</i> untuk kemasan minuman jus buah (S2, O3, O3)	1. Melakukan pemeriksaan temperatur lemari pendingin secara berkala (W1, O4) 2. Melakukan promosi dengan menggunakan media sosial. (W2, O4)
<b>Threats (Ancaman)</b>	<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>
Banyaknya produk substitusi Regulasi pemerintah Perubahan iklim Munculnya pesaing Kurangnya kesadaran konsumen untuk mengkonsumsi buah	1. Mendorong pembelian buah yang sedang pada musimnya untuk menggantikan buah yang belum pada musimnya dengan cara promosi, dan atau mensubstitusi buah tertentu dengan buah lain yang memiliki rasa yang hampir sama (S5, T3) 2. Pengembangan produk dengan menciptakan menu baru yang kreatif dan inovatif (S3, S4, S6, T4) 3. Melakukan pembinaan karyawan, memberikan tunjangan bagi karyawan, dan menjaga kebersihan kafe (S5, T4)	1. Menjaga loyalitas pelanggan melalui kualitas produk dan jasa, serta diferensiasi. (W2, T1, T5) 2. Melakukan efisiensi untuk penghematan biaya variabel seperti biaya listrik dan air. (W2, T2)

Sumber : *Fruity Fresh Fruits*, 2013

**E. Analisis CPM - Competitive Profile Matrix**

Menurut David, Fred (2013:113) Matriks Profil Kompetitif digunakan untuk mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis sampel. *Critical*

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.



*Success Factors* dalam CPM mencakup isu-isu internal maupun eksternal, sedangkan *rating* mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana 4 = sangat kuat; 3 = kuat; 2 = lemah; 1 = sangat lemah.

Dari hasil pengamatan yang telah dilakukan penulis untuk mengidentifikasi pesaing utama perusahaan dengan cara CPM, dipilih tiga pesaing tidak langsung yang menjadi pesaing utama *Fruity Fresh Fruits*. Ketiga pesaing tersebut adalah *New Zealand Natural*, *Heavenly Blush*, dan *Sour Sally*. Semua ini dapat dijelaskan melalui analisis CPM yang disajikan dalam tabel berikut.

**Tabel 2.3**  
**Competitive Profile Matrix**

Critical Success Factors	Weight	Fruity Fresh Fruits		New Zealand Natural		Heavenly Blush		Sour Sally	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Product quality	0.25	3	0.75	4	1	4	1	4	1
Price competition	0.2	4	0.8	2	0.4	2	0.4	3	0.6
Place	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Promotion	0.15	3	0.45	4	0.6	4	0.6	4	0.6
Service quality	0.2	4	0.8	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Physical evidence	0.1	3	0.3	3	0.3	4	0.4	4	0.4
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3.4</b>		<b>3.2</b>		<b>3.3</b>		<b>3.5</b>

Sumber : Data olahan

Dari hasil analisis CPM di atas, dapat disimpulkan bahwa *Fruity Fresh Fruits* dapat bersaing dengan pesaingnya, hal ini dilihat dari *total score* yang diperoleh, yaitu 3.4, lebih tinggi dibandingkan dua pesaingnya, yaitu *New Zealand Natural* dan *Heavenly Blush*.

Meskipun masing-masing perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan yang berbeda-beda namun dalam Matriks Profil Kompetitif, angka menunjukkan kekuatan relatif perusahaan, dan presisi yang diisyaratkan hanyalah ilusi. Tujuannya bukan pada satu angka tunggal, melainkan untuk menyesuaikan serta mengevaluasi informasi secara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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



bermakna sehingga membantu dalam pengambilan keputusan (David, Fred (2013: 113)).



## F. Segmentasi Pasar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Segmentasi menurut Kotler dan Amstrong (2012:214) adalah

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

Melalui segmentasi pasar ini, perusahaan membagi pasar yang besar ke dalam segmen-segmen yang kecil sehingga dapat dijangkau oleh perusahaan secara efektif dan efisien dengan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam segmen tersebut. Manfaat lain dilakukannya segmentasi pasar, antara lain:

Perusahaan akan dapat mendeteksi secara dini dan tepat mengenai kecenderungan-kecenderungan dalam pasar yang senantiasa berubah

Dapat mendesain produk yang benar-benar sesuai dengan permintaan pasar.

Dapat menentukan kampanye dan periklanan yang paling efektif.

Dapat mengarahkan dana promosi yang tersedia melalui media yang tepat bagi segmen yang diperkirakan akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar.

Dapat digunakan untuk mengukur usaha promosi sesuai dengan masa atau periode-periode dimana reaksi pasar cukup besar.

Pemfokusan segmentasi pasar pada *Fruity Fresh Fruits* berdasarkan segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, dan segmentasi perilaku.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:215) basis-basis segmentasi antara lain:

### Segmentasi geografis

Segmentasi geografis membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda-beda berdasarkan negara, wilayah, negara bagian, kabupaten, kota atau lingkungan sekitar.

Dalam hal ini, *Fruity Fresh Fruits* mempunyai fokus segmentasi pasar untuk calon konsumen yang tinggal di kawasan Kelapa Gading, Jakarta Utara dan sekitarnya.

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.



## 2. Segmentasi demografis

Segmentasi demografis membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan variabel seperti usia, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, dan kebangsaan. Dalam hal ini, *Fruity Fresh Fruits* mempunyai fokus segmentasi demografis berdasarkan pendapatan, dimana pasar dibagi menjadi kelompok pendapatan yang berbeda. Fokus segmentasi *Fruity Fresh Fruits* yaitu masyarakat dengan tingkat pendapatan di atas Rp 2.200.000,-

## 3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis membagi pasar menjadi kelompok berbeda berdasarkan gaya hidup, kelas sosial atau karakteristik kepribadian, dan nilai.

*Fruity Fresh Fruits* melakukan segmentasi psikografis sebagai berikut:

### a. Gaya hidup

Gaya hidup merupakan bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung jaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Fokus *Fruity Fresh Fruits* adalah mereka yang memiliki gaya hidup sehat dan senang berkumpul di kafe.

### b. Kepribadian

Fokus segmentasi *Fruity Fresh Fruits* adalah mereka yang gemar makan buah-buahan.

### c. Nilai

Fokus segmentasi *Fruity Fresh Fruit* berdasarkan nilai dengan memberikan nilai tambah pada produk dan pelayanannya untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

## 4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, atau respon terhadap sebuah produk. Fokus segmentasi *Fruity*

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.





menawarkan produk atau kelas produk yang dapat saling mengganti atau kumpulan dari semua penjual atas suatu produk atau jasa.

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)  
Ramalan industri yang akurat sangat penting dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Pengurangan biaya dapat dicapai dengan meramalkan penjualan secara lebih akurat daripada pesaing lainnya.

Target pasar *Fruity Fresh Fruits* adalah para pembeli yang memiliki kesadaran untuk hidup sehat, khususnya yang memiliki pendapatan golongan menengah dan menengah ke atas yang bertempat tinggal di sekitar kawasan Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Tabel 2.4 menggambarkan proyeksi penduduk DKI Jakarta berdasarkan usia, tahun 2009-2014.

**Tabel 2.4**  
**Proyeksi Penduduk DKI Jakarta Berdasarkan Usia**  
**Tahun 2009 – 2014 (\*1000)**

Usia	2009	2010	2011	2012	2013	2014
0-4	20,652.3	20,727.7	20,771.3	20,815.7	20,863.0	20,907.6
5-9	20,181.9	20,260.6	20,346.9	20,431.3	20,513.6	20,590.2
10-14	20,182.3	19,789.1	19,872.2	19,962.5	20,052.8	20,140.3
15-19	21,591.1	21,738.3	21,333.9	20,936.5	20,539.8	20,138.4
20-24	20,969.8	20,958.2	21,094.2	21,231.1	21,375.4	21,515.2
25-29	20,782.5	20,913.5	20,911.8	20,913.0	20,901.3	20,875.9
30-34	19,508.2	19,727.5	20,020.4	20,273.7	20,500.1	20,682.8
35-39	18,042.3	18,342.5	18,615.5	18,868.8	19,110.1	19,347.7
40-44	16,164.9	16,517.2	16,857.1	17,197.4	17,536.4	17,854.1
45-49	14,042.2	14,445.1	14,821.7	15,184.8	15,545.5	15,901.2
50-54	11,471.9	11,959.7	12,416.4	12,851.5	13,268.1	13,674.9
55-59	8,618.3	9,061.4	9,525.0	10,013.8	10,512.4	11,001.3
60-64	6,305.6	6,595.0	6,917.5	7,267.0	7,645.4	8,049.5
65-69	4,718.2	4,854.2	5,007.2	5,188.6	5,395.8	5,644.8
70-74	3,619.2	3,681.4	3,781.2	3,856.4	3,918.6	3,988.6
75+	3,782.0	3,906.0	4,039.0	4,182.2	4,335.5	4,502.4
<b>TOTAL</b>	<b>230,632.7</b>	<b>233,477.4</b>	<b>236,331.3</b>	<b>239,174.3</b>	<b>242,013.8</b>	<b>244,814.9</b>

Sumber : Badan Pusat Statistik Republik Indonesia

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.



Tabel 2.4 menunjukkan bahwa adanya pertumbuhan penduduk dari tahun ke tahun semakin bertambah, sehingga pasar di Jakarta juga akan semakin meningkat. Dengan bertambahnya pasar, maka permintaan diharapkan juga akan semakin bertambah. Ini merupakan peluang bagi pengusaha untuk memasuki bisnis kuliner yang merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia.

Dalam mendirikan suatu usaha perlu untuk mempertimbangkan pertumbuhan ekonomi dari suatu daerah. Berikut adalah data pendapatan domestik regional bruto Daerah DKI Jakarta dari beberapa sektor yang mendukung pertumbuhan ekonomi suatu Daerah yang ditunjukkan dalam tabel 2.5 berikut ini.

**Tabel 2.5**  
**Pendapatan Domestik Regional Bruto Daerah DKI Jakarta**  
**Tahun 2008 – 2011**

Sektor	Tahun							
	2011		2010		2009		2008	
	Rupiah (juta)	%						
Pertanian	306.661	0,07	304.274	0,08	301.754	0,08	300.720	0,09
Pertambangan	1.032.115	0,24	950.016	0,24	936.029	0,25	937.999	0,27
Industri Pengolahan	62.044.551	14,7	60.567.510	15,31	58.447.652	15,73	58.367.314	16,5
Listrik dan Air Bersih	2.691.351	0,64	2.588.998	0,65	2.450.865	0,66	2.343.587	0,66
Bangunan	44.375.449	10,51	41.143.270	10,4	38.422.395	10,34	36.178.854	10,23
Perdagangan, Hotel, Restoran	92.324.503	21,87	85.980.580	21,73	80.154.121	21,58	77.064.386	21,79
Angkutan/Komunikasi	53.271.793	12,62	46.776.560	11,82	40.769.712	10,98	35.258.578	9,97
Bank/Keu/Perum	116.889.924	27,69	111.279.950	28,13	106.788.434	28,75	102.707.651	29,04
Jasa	49.226.224	11,66	46.042.416	11,64	43.198.538	11,63	40.564.301	11,47
<b>TOTAL</b>	<b>422.162.571</b>	<b>100</b>	<b>395.633.574</b>	<b>100</b>	<b>371.469.500</b>	<b>100</b>	<b>353.723.390</b>	<b>100</b>

Sumber : Indonesian Investment Coordinating Board

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.

Berdasarkan tabel 2.5 di atas, sektor perdagangan, hotel, dan restoran termasuk salah satu sektor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di daerah DKI Jakarta karena meningkat setiap tahunnya. Pertumbuhan sektor ekonomi sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan jumlah penduduk karena apabila jumlah penduduk semakin bertambah, maka pertumbuhan sektor ekonomi juga akan semakin meningkat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**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.