



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

#### A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Pertumbuhan industri perlu dianalisis untuk memprediksi tindakan yang harus diambil untuk berhasil menjalankan bisnis. Yang perlu diperhatikan adalah permintaan masyarakat terhadap produk yang disediakan perusahaan, serta naik turunnya permintaan konsumen.

Eatme Banana adalah produk masakan yang menghasilkan pisang goreng berbahan dasar pisang kepok. Menurut statistik konsumsi pangan 2016-2020, konsumsi pisang Indonesia dan pertumbuhan pasokan pisang. Konsumsinya bisa pisang segar, pisang olahan, termasuk pisang olahan menjadi pisang goreng. Tabel konsumsi pisang sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Perkiraan Konsumsi Pisang**  
**Tahun 2016-2020**

Tahun	Konsumsi (Ton)	Peningkatan (%)
2016	1.537.666	-
2017	1.529.786	0,50
2018	1.521.908	0,50
2019	1.514.033	0,51
2020	1.506.153	0,53
<b>Pertumbuhan Rata-rata (%/tahun)</b>		<b>0,53</b>

Sumber : Kementerian Pertanian 2020

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



Tabel 3.1 tabel tersebut disimpulkan bahwa konsumsi pisang akan meningkat sebesar 0,52% per tahun dalam lima (lima) tahun ke depan (2016-2020).

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**Tabel 3.2**

**Prakiraan Produksi Pisang di Indonesia**

**Tahun 2016-2020**

Tahun	Produksi (Ton)	Peningkatan (%)
2016	7.451.336	-
2017	7.603.405	2,04
2018	7.755.475	2,00
2019	7.907.545	1,96
2020	8.059.615	1,92
<b>Pertumbuhan Rata-rata. (%/tahun)</b>		<b>1,98</b>

Sumber : Kementerian Pertanian 2020

Pada Tabel 3.2, produksi pisang di Indonesia diperkirakan meningkat sebesar 1,98% per tahun selama 2016-2020. Ada tren pertumbuhan industri dalam produksi pisang. Sehingga bisnis Pisang Geprek Eatme Banana baik untuk di jalankan.

**B. Analisis Pesaing**

Dalam pelaku usaha atau perusahaan selalu adanya persaingan, sehingga perusahaan membutuhkan data untuk membuat strategi bersaing tersebut. Kekuatan pesaing dan kelemahan pesaing dapat mengatur strategi yang akan diterapkan dalam menghadapi pesaing.



Selama ini perusahaan yang memproduksi pisang goreng dengan topping memiliki pisang yang potensial adalah Raja Pisang Goreng yang berlokasi di Jl. Jln. Mangga Besar XIII No. 1-3 Jakarta Pusat , dan Pisang Goreng Jakarta yang berlokasi di Jln, Jln. Raya Mangga Besar No.78B Jakarta Pusat, merupakan pesaing langsung dari Eatme Banana. Jarak para pesaing dengan lokasi Eatme Banana sekitar 2,7 – 3 km. Selain pesaing langsung, Eatme Banana juga harus mempertimbangkan pesaing tidak langsung yaitu bisnis pisang goreng yang dijual secara offline. Dari pantauan, ada beberapa bisnis pisang goreng di sekitar lokasi Eatme Banana. Kisaran harganya mulai dari Rp. 2.500/buah. Industri makanan memiliki potensi besar mendapatkan keuntungan yang besar. Untuk menghadapi persaingan perlunya perusahaan mempunyai kinerja bisnis yang baik. Berikut ini adalah nama-nama singkat pesaing utama Eatme Banana yang beroperasi di industri sejenis, yaitu:

1. Nama Brand : Raja Pisang Goreng  
Alamat : Jln. Mangga Besar XIII No. 1-3 Jakarta Pusat

Raja Pisang Goreng merupakan pesaing Eatme Banana dengan lokasi yang cukup dekat dengan Eatme Banana. Raja Pisang Goreng menyediakan variasi rasa antara lain pisang goreng rasa keju, madu, coklat, dan wijen dengan harga produk yang ditawarkan Rp 100.000. Ukuran usaha ini tergolong sama dengan Eatme Banana dimana usaha Raja Pisang Goreng mengoperasikan usahanya menggunakan *stand*.

2. Nama Brand : Pisang Goreng Jakarta  
Alamat : Jln. Raya Mangga Besar No.78B Jakarta Pusat.

Pisang Goreng Jakarta adalah salah satu pesaing utama Eatme Banana lainnya. Pisang Goreng Jakarta menawarkan variasi rasa yaitu pisang goreng rasa keju, coklat, dan wijen dengan harga Rp 90.000. Ukuran usaha ini serupa dengan Raja Pisang Goreng.

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 informasi pesaing utama, kita dapat membandingkan kelebihan dan kekurangan Eatme Banana dengan pesaingnya dalam tabel berikut:

**Tabel 3.3**  
**Analisis Pesaing “Eatme Banana”**

Kriteria	Eatme Banana	Raja Pisang Goreng	Pisang Goreng Jakarta
Merek	Tidak dikenal	Sudah dikenal	Sudah dikenal
Harga Makanan	Murah	Mahal	Mahal
Tempat	Sangat Strategis	Sangat strategis	Strategis
Cita Rasa	Enak	Relatif enak	Rata-rata
Kualitas Pelayanan	Sangat baik	Baik	Baik
Promosi	Sangat intentif	Relatif intensif	Relatif intensif
Kenyamanan	Lebih Nyaman	Nyaman	Nyaman
Parkir	Lebih luas	luas	luas
Jasa/Fasilitas	Baik	Lebih Baik	Lebih baik

Sumber: Observasi Penulis, 2021

**C. Analisis PESTEL (politik, ekonomi, masyarakat, teknologi, lingkungan dan hukum) (rubah cara penulisan)**

Analisis PEST adalah metode manajemen risiko serta proses desain strategi. Awalnya, analisis PEST dilakukan pada tahun 1967 oleh Profesor Francis Aguilar dari Universitas Harvard. Kemudian perluas dengan menambahkan unsur E (lingkungan) dan L (hukum), yang disebut PESTEL. PESTEL adalah singkatan dari politik (politik), ekonomi (ekonomi), masyarakat (society), teknologi (teknologi), lingkungan (environment) dan hukum (law), yang merupakan enam faktor penting analisis organisasi sehingga dapat diambil keputusan bisnis.

Berikut analisis PESTEL yang dilakukan penulis pada Eatme Banana, sebagai berikut :

Hak cipta milik IB KKG (Institut 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 IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



## 1. Politik

Perhatian pemerintah terhadap usaha kecil, menengah dan mikro semakin meningkat. Hal ini terlihat dalam berbagai kebijakan, antara lain program pendampingan, regulasi pendukung, dan kelembagaan yang menangani usaha kecil, menengah, dan mikro. Pemerintah meyakini bahwa usaha kecil, menengah dan mikro sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Dari data terakhir terlihat bahwa proporsi biaya yang digunakan untuk menangani dampak ekonomi dari sektor UMKM adalah sebesar Rp. 123,46 triliun. Menggagas 100.000 kegiatan usaha kecil, menengah dan mikro. Peluncuran Go Online di 30 wilayah di Indonesia, sejalan dengan visi Presiden Joko Widodo, meskipun Indonesia telah menjadi sumber energi digital Asia. Fokus pemerintah dalam meningkatkan UMKM menjadi peluang bagi Eatme Banana untuk mendukung ekspansi bisnisnya.

## 2. Ekonomi

Munculnya Pandemi COVID-19 menyebabkan perubahan yang signifikan dalam tatanan ekonomi Indonesia. Banyak perusahaan yang mengalami penurunan penjualan akibat pandemic COVID-19. Namun, seiring berjalannya waktu, perekonomian Indonesia sudah mulai kembali membaik dan banyak perusahaan yang mulai kembali beroperasi. Dilihat dari daya beli masyarakat pula, masyarakat Indonesia terutama di daerah perkotaan memiliki daya beli yang baik. Saat inilah Eatme Banana perlu memulai usahanya.

## 3. Masyarakat dan Budaya

Pandemi COVID-19 memberikan dampak terhadap perilaku masyarakat dikarenakan pandemi yang menyebabkan daya tahan tubuh menurun sehingga masyarakat harus terus menjaga Kesehatan tubuh mereka. Salah satu makanan yang sangat baik untuk menjaga Kesehatan tubuh adalah pisang. Meskipun pengolahan



pisang ini melalui proses penggorengan, nutrisi yang terkandung dalam produk Eatme

ⓐ Banana akan tetap terjaga.

#### 4. Teknologi

Teknologi yang digunakan oleh Eatme Banana menggunakan tiga teknologi yaitu teknologi produksi, teknologi penjualan dan teknologi pembayaran. Pengolahan pisang menggunakan teknologi produksi dengan menggunakan teknologi penggorengan yang canggih dan cepat matang dari mesin kompor tersebut. Peralatan untuk mengolah pisang menjadi pisang goreng dengan tekstur yang berbeda, bahkan kematangan dan kerenyahan berbeda dengan pisang goreng lainnya. Teknologi yang digunakan untuk pembayaran menggunakan alat pembayaran berupa *QR code* yang akan mempermudah dan mempercepat pembayaran. Teknologi penjualan yang akan digunakan Eatme Banana berupa media sosial dan teknologi penjualan e-commerce seperti shoppe, Tokopedia, Instagram dan facebook. Ketiga teknologi yang digunakan Eatme Banana ini akan sangat membantu perusahaan dalam meraih konsumen serta mempertahankan kualitas produknya.

#### 5. Lingkungan

Fokus pada peningkatan kebersihan dan kenyamanan lingkungan adalah tujuan utama setiap perusahaan kuliner. Langkah-langkah yang dilakukan oleh Eatme Banana adalah menyediakan kemasan dan wadah plastik yang ramah lingkungan. Limbah kulit pisang akan dikumpulkan di suatu tempat dan diolah oleh petugas kebersihan. Ini adalah lingkungan yang mendukung dimana Eatme Banana dapat berpartisipasi dalam perlindungan lingkungan. Menjaga lingkungan menjadi prioritas Eatme Banana yang dimana bila dijaga dengan baik dapat memberikan dampak yang positif pula terhadap perusahaan Eatme Banana seperti dukungan dari

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.



masyarakat. Bila lingkungan tidak dijaga dengan baik, perusahaan dapat menghadapi berbagai macam hambatan.

#### 6. Hukum

Eatme Banana menghasilkan dokumen bisnis berupa izin dan dokumen lainnya sesuai dengan peraturan pemerintah tentang pelayanan perizinan usaha terpadu elektronik No. 24 Tahun 2018, antara lain pembuatan NIB (nomor induk usaha), UMK (mikro dan surat izin usaha kecil), SPPL (Surat Pernyataan Pengelolaan Lingkungan) dan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak). Pemenuhan hukum ini akan sangat penting bagi Eatme Banana agar perusahaan terdaftar sebagai perusahaan resmi dan menghindari plagiarism perusahaan-perusahaan lain.

#### D. Analisis Model Lima Kekuatan Michael Porter

David (2017: 229) percaya bahwa analisis model lima kekuatan Porter dalam menentukan keunggulan-keunggulan perusahaan dalam persaingan bisnis. Melalui analisis kelima kekuatan tersebut, kita dapat memahami kekuatan posisi kompetitif perusahaan saat ini dan kekuatan posisi kompetitif yang direncanakan, sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

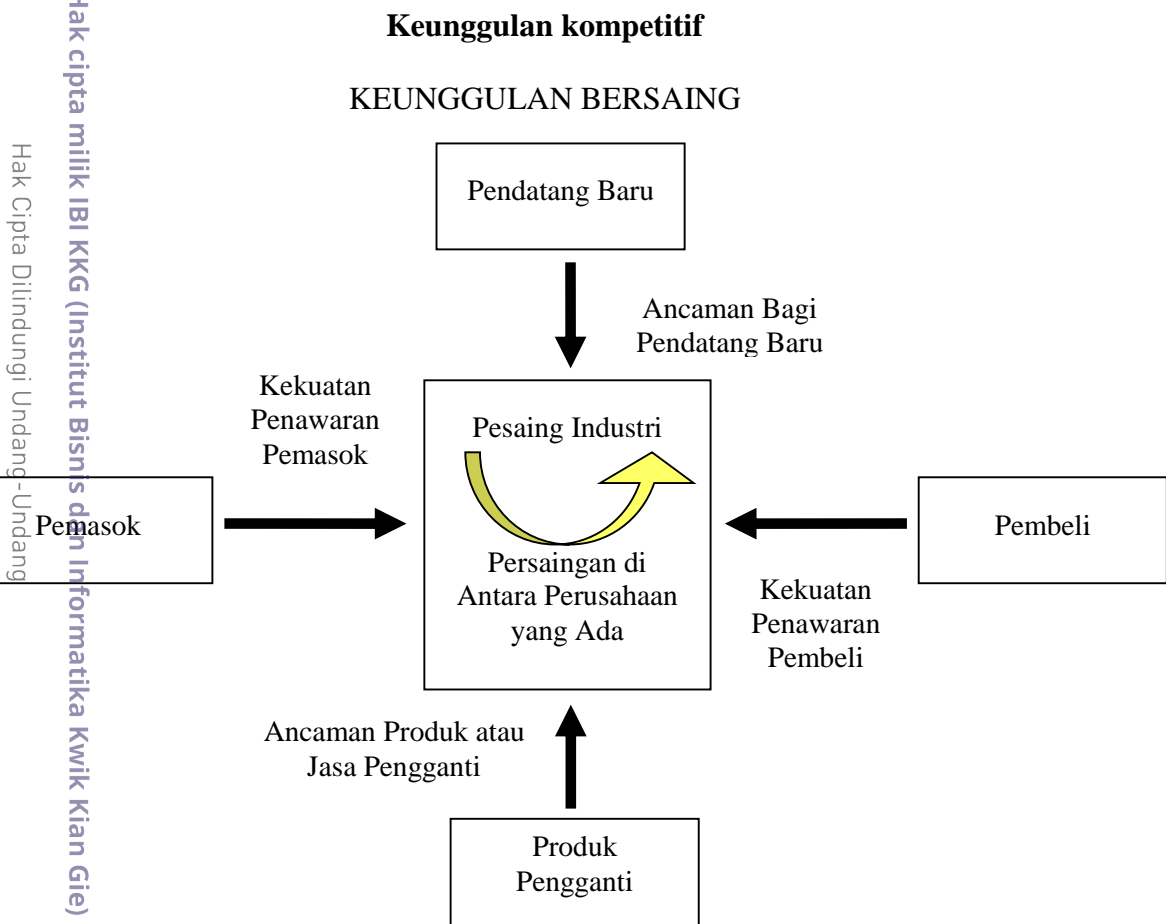
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Gambar 3.1

Lima kekuatan kompetitif yang menentukan profitabilitas Industri



Sumber: Fred R. David (2017:229)

1. Ancaman pendatang baru

Munculnya pesaing baru sangat mungkin terjadi terutama bila perusahaan memiliki prospek yang baik. Munculnya pesaing baru akan merugikan perusahaan dengan berkurangnya jumlah kosnumen. Untuk mengatasi risiko dari pendatang baru, Eatme Banana akan menjaga kerahasiaan pengoperasian serta bahan baku dan pengolahan produk sebaik mungkin untuk menjaga keunikan dari usaha serta menjaga loyalitas konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik.

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





## 2. Kekuatan tawar menawar pemasok

Supplier bahan baku Eatme Banana sangat banyak dan mudah ditemukan, sehingga supplier bahan baku Eatme Banana mempunyai daya tawar tinggi. Disebabkan bahan baku mudah didapat di pasar persaingan sempurna, yang menjadi peluang bagi Eatme Banana untuk mendapatkan bahan baku berkualitas tinggi dengan harga murah. Dengan produk yang mudah di jangkau dengan harga yang rendah menjadikan daya tawar pemasok sebagai peluang bagi Eatme Banana.

## 3. Daya Tawar Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*)

Banyak sekali jenis produk pisang goreng yang beredar di pasaran, sehingga mudah untuk membeli produk sejenis, namun berbeda dengan pisang goreng collodion yaitu pisang tanduk atau pisang raja, tetapi akan berbeda dari segi rasa dan tekstur pisang collodion Eatme Banana. Akibatnya, pembeli memiliki daya tawar yang tinggi. Ini adalah tantangan bagi Eatme Banana

## 4. Ancaman pengganti

Eatme Banana mempunyai potensi untuk substitusi produk. Substitusi langsung adalah berupa varian dari pesaing yaitu mengolah pisang tanduk, dan produk substitusi tidak langsung yaitu pisang goreng. Namun, rasa dan aromanya tidak akan sama dengan pisang kepok. Analisis di atas dapat menarik kesimpulan bahwa produk pengganti langsung merupakan ancaman bagi Eatme Banana, sedangkan produk pengganti tidak langsung merupakan peluang bagi Eatme Banana.

## 5. Persaingan antar kompetitor yang ada

Usaha makanan gorengan pisang merupakan persaingan tidak sempurna untuk memasuki pasar oligopoli, dimana pasokan suatu komoditi dikuasai oleh beberapa perusahaan. Ini adalah kesempatan bagi Eatme Banana untuk berkembang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



## E. Analisis faktor keberhasilan

Dengan menggunakan Competitive Profile Matrix (CPM) dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan para pesaing terhadap bisnis yang dijalankan. Untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan penulis membuat questioner dan dibagikan kepada responden. Tabel 3.4 mencantumkan factor-faktor utama untuk mendukung keberhasilan perusahaan serta penetapan bobot dari responden,

**Tabel 3.4**

**Bobot Competitive Profile Matrix**

Faktor Sukses	Jumlah Responder	Hasil Perhitungan	Terbobot
Kualitas Produk	18	$(18:70) \times 100\%$	0,26
Harga	16	$(16:70) \times 100\%$	0,23
Layanan	14	$(14:70) \times 100\%$	0,20
Tempat/Lokasi	9	$(9:70) \times 100\%$	0,13
Jasa/Fasilitas	6	$(6:70) \times 100\%$	0,09
Iklan/Promosi	4	$(4:70) \times 100\%$	0,06
<b>Total</b>	70		1

Sumber:

Questioner yang dilakukan penulis, 2021

Tabel 3.4 menunjukkan bahwa terdapat 70 responden dari survei yang dilakukan Eatme Banana. Hasil bobot diperoleh dari perhitungan jumlah responden pada 1 faktor sukses dibagi dengan jumlah responden dan kemudian dikali 100%. Dari Tabel 3.4 dapat disimpulkan faktor sukses yang paling berpengaruh adalah kualitas produk dan yang paling tidak berpengaruh adalah iklan/promosi. Berikut tabel analisis kompetitif pesaing/*competitive profile matrix* Eatme Banana dan 2 pesaingnya :



**Tabel 3.5**

**Tabel Analisis CPM (*Competitive Profile Matrix*)**

Faktor keberhasilan	Bobot	Eatme Banana		Raja Pisang Goreng		Pisang Goreng Jakarta	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Kualitas Produk	0.26	4	1,04	3	0,78	3	0,78
Harga	0.23	4	0,92	3	0,69	3	0,69
Layanan	0.2	4	0,8	3	0,6	3	0,6
Tempat/Lokasi	0,12	3	0,36	3	0,36	3	0,36
Fasilitas/jasa	0,13	2	0,18	3	0,27	3	0,27
Iklan/Promosi	0,06	3	0,18	3	0,18	3	0,18
Total	1,00		3,12		2,88		2,88

Sumber: Eatme Banana

Eatme Banana mendistribusikan kuesioner kepada responden untuk mendapatkan masukan penting sehingga bisnis dapat menguntungkan.

1. Kualitas Produk (*Product*)

Kualitas produk mempunyai nilai terbobot sebesar 0,26 dan 70 jawaban tentang kualitas produk diperoleh dari 18 responden. Penulis menilai Eatme Banana 4 (empat) di sini karena setelah menyelidiki pesaing utama, ditemukan variasi produk yang dimiliki pesaing belum banyak, dan kesempatan rencana penulis membuat lebih banyak perubahan produk.

2. Harga (*Price*)

Dari segi harga mempunyai bobot 0,23 dari 16 responden yang menjawab harga 70. Disini setelah penulis mengamati pesaing utama, penulis memberikan harga yang lebih rendah dari pesaing utama, jadi saya memberikan 4 poin.

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.



©

### 3. Pelayanan

Bobot pelayanan adalah 0,20, yang diperoleh dari 14 responden dari 70 tanggapan pelayanan. Penulis memberi Eatme Banana 4 poin. Hal ini menjadi komitmen Eatme Banana untuk memberikan pelayanan terbaik kepada setiap pelanggannya.

### 4. Lokasi

Bobot posisi ini adalah 0,13 didapat dari 9 responden. Hal ini dikarenakan lokasi ketiga perusahaan penggorengan pisang tersebut berjauhan, sehingga memiliki target geografis yang berbeda dari segi lokasi, sehingga diberikan point 3.

### 5. Jasa/Fasilitas

Bobot fasilitas adalah 0,09 yang diperoleh dari 6 responden. Karena berdasarkan pengamatan penulis terhadap dua pesaing utama Raja Pisang Goreng dan Pisang Goreng Jakarta ini sudah memiliki fasilitas armada distribusi yang lengkap, sehingga untuk fasilitas Eatme Banana akan membutuhkan dana lebih kedepannya. Dan untuk ini diberikan point 2.

#### Iklan/Promosi

Bobot iklan/promosi adalah 0,06 yang didapat dari jawaban 4 responden. Karena akan promosi besar-besaran saat dibuka, tidak kalah dengan kompetitor utamanya, sehingga bisa bersaing dalam promosi. Maka diberikan point 3. Menurut pengamatan dan penilaian penulis, ditemukan bahwa Eatme Banana memiliki skor total 3,12 di antara 70 responden.

Berdasarkan Tabel 3.5 terlihat bahwa nilai Eatme Banana lebih baik dari dua pesaingnya yaitu Raja Pisang Goreng dan Pisang Goreng Jakarta. Angka bobot pada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Tabel 3.5 di atas didasarkan pada hasil survei kuesioner terhadap 70 responden berusia 18 hingga 55 tahun ke atas.

## F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (Analisis SWOT)

SWOT didasarkan pada Philip Kotler dan Gary Armstrong (2017:79), "Penilaian keseluruhan perusahaan terhadap kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O) dan ancaman (T)." *Strength*/kekuatan adalah suatu keadaan organisasi atau perusahaan yang diperlukan untuk membandingkan dengan para pesaingnya. Jika keunggulan perusahaan lebih baik dari segi kualitas, maka keunggulan ini menjadikannya dapat memasuki pasar yang memerlukan kualitas yang tinggi. *Weaknesses*/kelemahan adalah kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan. Kelemahan ini dapat menjadi kendala dan penghambat dalam kemajuan usaha di karenakan adanya pesaing dan kurang inovatif dalam menjalankan suatu usaha dan membuat inovasi baru dalam pengembangan suatu produk. *Opportunity*/peluang merupakan peluang bagi organisasi atau perusahaan, peluang ini harus diambil karena diperlukan untuk pengembangan perusahaan agar menjadi perusahaan yang unggul, mencapai tujuan dan maju. *Threats*/ancaman merupakan gambaran halangan yang dihadapi perusahaan yang menjadi tantangan untuk menghadapi masalah tersebut. Dengan analisis yang baik, ancaman bias menjadikan peluang bagi perusahaan sehingga dapat memberi keuntungan bagi perusahaan.

Berikut analisis SWOT Eatme Banana :

### 1. *Strenghts* (Kekuatan)

- a. Harga Eatme Banana lebih rendah dari kompetitor.
- b. Produk Pisang Eatme memiliki cita rasa yang lezat dan aroma dari pisang kepek dengan bumbu manis, asin dan pedas.



c. Tempat ini memiliki arti strategis, menawarkan pesanan online dengan pesanan minimum.

d. Memberikan layanan yang baik terhadap pembeli.

2. *Weakness* (Kelemahan)

a. Merek yang belum terkenal.

b. Kurangnya varian produk

c. Tidak memiliki kemasan standar dan masih menggunakan plastik.

d. Tidak memiliki cabang di tempat lain..

3. *Opportunities* (Peluang)

a. Perhatian pemerintah terhadap usaha kecil, menengah dan mikro disebabkan oleh berbagai kebijakan pemerintah yang membuat masyarakat membeli produk lokal..

b. Meningkatnya kecenderungan masyarakat mengkonsumsi buah pisang, sebagai makanan sehat.

c. Dapat menyesuaikan dengan perkembangan teknologi.

d. Budaya masyarakat yang konsumtif dan suka ngemil.

4. *Threats* (Ancaman)

a. Banyak persaingan

b. Harga bahan baku yang tidak tetap.

c. Menurunnya daya beli masyarakat dikarenakan adanya pandemi covid-19.

d. Panen yang gagal, bisa mengakibatkan tidak adanya pasokan bahan baku utama.

Pengertian Matriks SWOT Menurut Forest dan David (2016: 177), matriks SWOT merupakan alat pencocokan untuk membantu perusahaan merumuskan jenis-jenis strategis: strategi SO (strength-opportunity), strategi WO (weakness-opportunity), ST (strength -peluang) Ancaman strategis) strategi. Dan analisa WT (Weakness Threat).

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.

Berikut merupakan matriks SWOT Eatme Banana:

Tabel 3.6

SWOT Matrix Eatme Banana

<p><b>Strength</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga Eatme Banana lebih rendah dari kompetitor.</li> <li>2. Produk Pisang Eatme memiliki cita rasa yang lezat dan aroma dari pisang kepok dengan bumbu manis, asin dan pedas.</li> <li>3. Tempat ini memiliki arti strategis, menawarkan pesanan online dengan pesanan minimum.</li> <li>4. Memberikan layanan yang baik terhadap pembeli.</li> </ol>	<p><b>Weakness</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merek yang belum terkenal.</li> <li>2. Kurangnya varian produk</li> <li>3. Tidak memiliki kemasan standar dan masih menggunakan plastik.</li> <li>4. Tidak memiliki cabang di tempat lain..</li> </ol>
<p><b>Opportunities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perhatian pemerintah terhadap usaha kecil, menengah dan mikro disebabkan oleh berbagai kebijakan pemerintah yang membuat masyarakat membeli produk lokal..</li> <li>2. Meningkatnya kecenderungan masyarakat mengkonsumsi buah pisang, sebagai makanan sehat.</li> <li>3. Dapat menyesuaikan dengan perkembangan teknologi.</li> <li>4. Budaya masyarakat yang konsumtif dan suka ngemil</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengan tetap menjaga kualitas produk dan harga yang relative murah untuk pelanggan (S1, O3)</li> <li>2. Bekerja sama dengan berbagai e-commerce, (S3, O1)</li> </ol>
<p><b>Threats</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyak persaingan</li> <li>2. Harga bahan baku yang tidak tetap.</li> <li>3. Menurunnya daya beli masyarakat dikarenakan adanya pandemi covid-19.</li> <li>4. Panen yang gagal, bisa mengakibatkan tidak adanya pasokan bahan baku utama.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan promosi pemasaran dengan memberikan diskon pembelian dalam jumlah tertentu dan mempertahankan harga yang relative lebih murah di bandingkan dengan pesaing. (S1, T1)</li> <li>2. Menggunakan teknologi terbaru agar hasil gorengan matang merata (S4, T3)</li> </ol>

Sumber : Eatme Banana, 2021

© 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 mengutip sumbernya.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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. S-O Strategies

- a. Dengan tetap menjaga kualitas produk dan harga yang relative murah untuk meningkatkan penjualan (S1, O3)

Untuk meningkatkan kualitas produk makan dapat di lakukan dengan cara mencari bahan baku yang berkualitas bagus dan membuat produk dengan kreatif agar konsumen merasa tertarik dengan ide suatu produk. Lalu membuat harga yang menarik agar harga Eatme Banana unggul di banding pesaing.

- b. Bekerja sama dengan berbagai e-commerce, (S3, O1)

Melakukan posting produk dengan menggunakan Tokopedia, Shoppe, Instagram dan Facebook untuk memperkenalkan suatu produk kepada Konsumen secara cepat. Karena Media Sosial dan Online Shop di zaman sekarang banyak Masyarakat yang menggunakan dan lebih mudah untuk mencari wisata kuliner.

b. W-O Strategies

- a. Melakukan promosi yang gencar melalui media social sehingga merek lebih cepat dikenal. (W1, O1)

Membuat konten yang menarik untuk di posting ke media sosial dengan menggunakan ilustrasi yang kreatif seperti : promosi buy 1 get 1, contest untuk memenangkan hadiah dan stamp 10 get 1 free.

- b. Ciptakan lebih banyak varian produk yang inovatif. (W2, O2)

Memikirkan ide yang lebih kreatif untuk menambahkan topping dan varian baru yang lebih inovatif seperti saus rujak di tambah saus gula merah, di berikan varian topping boba, popping ball, dll.

© 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.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

c. S-T Strategies

- a. Melakukan promosi pemasaran dengan memberikan diskon pembelian dalam jumlah tertentu dan mempertahankan harga yang relative lebih murah di bandingkan dengan pesaing. (S1, T1)

Memberikan promosi berubah disc 20% selama soft opening untuk menarik konsumen untuk mencoba produk dengan berbagai varian yang Eatme Banana tawarkan untuk memperluas pangsa pasar.

- b. Menggunakan teknologi terbaru agar hasil gorengan matang merata (S4, T3)

Menggunakan mesin penggorengan tercanggih untuk mempermudah Teknik produksi agar dapat mempercepat pelayanan pelanggan.

d. W-T strategies

- a. Membuat varian produk terbuat dari jenis banana wedges, rasanya hampir sama dengan pisang kepok, sehingga masih digemari oleh berbagai kalangan. (W2, T,2)

Membuat rasa yang lebih kreatif dan belum ada di pesaing, untuk menciptakan kualitas suatu produk yang terbaik dan di minati oleh semua kalangan Masyarakat. Menambah varian Topping yang menarik sehingga Masyarakat mengonsumsi suatu produk memiliki rasa nilai tambah

- b. Membuat kemasan yang ramah lingkungan baik box maupun plastic yang digunakan (W3, T4)

Menciptakan kemasan yang kreatif dan menarik serta menggunakan bahan yang ramah lingkungan agar pelanggan merasakan nilai tambah dalam suatu kreativitas dan inovasi suatu produk.



**© 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.