

## BAB II

### ANALISIS INDUSTRI



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### Gambaran Masa Depan

Sebelum menjalankan suatu bisnis seorang wirausahawan muda seharusnya sudah melakukan analisis industri untuk mengetahui lebih jelas tentang trend yang terjadi di pasar sehingga faktor-faktor yang dapat mendukung usaha bisnis ini dapat diketahui lebih awal seperti : permintaan pasar dan persaingan antar pengusaha kuliner. Dalam analisis dan penelitian ini dapat diketahui tentang gambaran masa depan bisnis ini serta tantangan yang akan dihadapi.

Seiring dengan berjalannya usaha ini maka penelitian dilakukan untuk mengetahui jenis menu yang paling diminati oleh konsumen dan juga yang kurang diminati. Promosi juga sering dilakukan dengan pemberian voucher diskon produk menu kafe tertentu dalam jangka waktu tertentu untuk menaikkan jumlah penjualan dan mengetahui respon yang diberikan oleh konsumen. Apabila kegiatan usaha ini berkembang setiap tahunnya maka peluang bagi pengusaha untuk memperluas jaringan usaha akan semakin terbuka lebar.

Selain itu jumlah angka pengangguran yang semakin menurun dari tahun ke tahun juga mendukung usaha kuliner dengan bertambahnya jumlah penduduk produktif yang bekerja dari waktu ke waktu sehingga konsumsi masyarakat akan produk makanan dapat meningkat.



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.



Jumlah angkatan kerja di Indonesia pada Februari 2012 mencapai 120,4 juta orang, bertambah sekitar 3,0 juta orang dibanding angkatan kerja Agustus 2011 sebesar 117,4 juta orang atau bertambah sebesar 1,0 juta orang dibanding Februari 2011.

Sumber : [www.bisniskeuangan.kompas.com](http://www.bisniskeuangan.kompas.com)

Tenaga kerja adalah seluruh jumlah penduduk yang dianggap dapat bekerja dan sanggup bekerja jika ada permintaan kerja. Menurut Undang-Undang Tenaga Kerja, mereka yang dikelompokkan sebagai tenaga kerja yaitu mereka yang berusia antara 15 tahun sampai dengan 64 tahun. Angkatan kerja adalah penduduk usia produktif yang berusia 15-64 tahun yang sudah mempunyai pekerjaan tetapi sementara tidak bekerja, maupun yang sedang aktif mencari pekerjaan.

Sumber : [id.wikipedia.org/wiki/Tenaga\\_kerja](http://id.wikipedia.org/wiki/Tenaga_kerja)

Jumlah penduduk yang bekerja di Indonesia pada Februari 2012 mencapai 112,8 juta orang, bertambah sekitar 3,1 juta orang dibanding keadaan pada Agustus 2011 sebesar 109,7 juta orang atau bertambah 1,5 juta orang dibanding keadaan Februari 2011.

Sumber : [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia pada Februari 2012 mencapai 6,32 persen, mengalami penurunan dibanding TPT Agustus 2011 sebesar 6,56 persen dan TPT Februari 2011 sebesar 6,80 persen.

Sumber : [www.detik.com](http://www.detik.com)

Selama setahun terakhir (Februari 2011-Februari 2012), jumlah penduduk yang bekerja



mengalami kenaikan, terutama di Sektor Perdagangan sekitar 780 ribu orang (3,36 persen) serta Sektor Keuangan sebesar 720 ribu orang (34,95 persen). Sedangkan sektor-sektor yang mengalami penurunan adalah Sektor Pertanian 1,3 juta orang (3,01 persen) dan Sektor Transportasi, Pergudangan dan Komunikasi sebesar 380 ribu orang (6,81 persen).

Pada Februari 2012, pekerja pada jenjang pendidikan SD ke bawah masih tetap mendominasi yaitu sebesar 55,5 juta orang (49,21 persen), sedangkan pekerja dengan pendidikan diploma sekitar 3,1 juta orang (2,77 persen) dan pekerja dengan pendidikan universitas hanya sebesar 7,2 juta orang (6,43 persen).

	2011 (dalam juta)	2012 (dalam juta)	Pertambahan (dalam juta)	Penurunan (dalam juta)	Pertambahan (dalam persen)	Penurunan (dalam persen)
Jumlah Angkatan Kerja	117,4	120,4	3	-	2,55	-
Jumlah Penduduk yang bekerja	109,7	112,8	3,1	-	2,82	-
Tingkat Pengangguran Terbuka	7,98	7,6	-	0,38	-	4,76

Sumber : www.bps.go.id

Kenyamanan juga menjadi faktor penting dalam usaha kuliner ini. Dengan fasilitas seperti : ruangan lounge yang dilengkapi dengan sofa yang empuk dan nyaman,

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.



tv led Samsung terbaru dengan layar besar, ac inverter plasma cluster, meja bundar untuk menambah suasana oriental serta kebersamaan, fasilitas wi-fi kecepatan tinggi. Selain itu dekorasi juga menjadi faktor penting lainnya yaitu : lantai yang berlapis kayu mahoni sehingga menambah suasana semi tropis, dinding yang dilapisi dengan kaca untuk menambah kesan luas dan nyaman bagi calon konsumen dan pengunjung resto, penambahan lampu warna-warni yang indah untuk menambah kesan mewah, air terjun yang mengalir pajangan kaca di dinding untuk menambah suasana nyaman, tembok atau dinding yang dilapisi dengan kertas bergambar suasana alam, miniatur air terjun dan pepohonan bonsai untuk melengkapi dekorasi resto. Sehingga dengan dekorasi yang diberikan dapat memberi kesan tertentu bagi konsumen dan dapat menghilangkan rasa kepenatan.

#### 1. Pertumbuhan ekonomi dari waktu ke waktu

Pada tahun 2010 pertumbuhan ekonomi Indonesia tumbuh sebesar 6,1 persen dan tahun 2011, pertumbuhan ekonomi Indonesia naik 6,5 persen. Di kuartal I-2012, ekonomi Indonesia naik di 6,3 persen, di kuartal II-2012 naik di 6,4 persen, dan di kuartal III-2012 naik 6,17 persen. Sementara di kuartal IV-2012, prediksi pertumbuhan ekonomi Indonesia akan naik 5,9 sampai 6,3 persen. Sehingga ekonomi Indonesia secara keseluruhan pada 2012 mencapai 6,3 persen *year on year*.

Sementara 2013, ekonomi Indonesia diperkirakan naik menjadi 6,8 persen. Sedangkan penyebab ekonomi Indonesia pada tahun ini dan tahun depan adalah daya konsumsi domestik yang tinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI IKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar: 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2008-2012

Tahun	%
2009	5,4
2010	6,9
2011	6,5
2012	6,4

Sumber : [www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id)

**Income perkapita DKI jakarta Tahun 2007-2011**

Tahun	Jumlah per tahun (dalam juta rupiah )	% kenaikan pendapatan perkapita
2007	42,30	
2008	62,50	47,7
2009	89,73	43,5
2010	101,01	12,25
2011	107,77	6,7

Sumber : [www.beritajakarta.com](http://www.beritajakarta.com)

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 mengacaukan makna dan penyusunan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.



## **©** Laju pertumbuhan ekonomi PDRB di DKI Jakarta

- Laju pertumbuhan ekonomi yang diukur dari PDRB atas dasar harga konstan menunjukkan total PDRB Kabupaten/Kota di DKI Jakarta yang tercipta pada tahun 2011 meningkat 6,63 persen bila dibandingkan dengan tahun 2010, yakni dari Rp 391,64 triliun menjadi Rp 417,49 triliun.
- Wilayah dengan pertumbuhan tercepat adalah Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu dengan pertumbuhan sebesar 8,17 persen kemudian diikuti oleh Jakarta Selatan dan Jakarta Pusat yang masing-masing tumbuh 6,98 persen dan 6,95 persen.
- Pada tahun 2011, sekitar 71,3 persen dari nilai tambah yang tercipta di Jakarta berasal dari sektor tersier. Sementara dari sektor sekunder sebesar 28,1 persen dan dari sektor primer sebesar 0,6 persen.
- Struktur perekonomian DKI Jakarta secara spasial, yang dihitung dari PDRB atas dasar harga berlaku, menunjukkan sekitar 48,62 persen perekonomian Jakarta masih terkonsentrasi di Kota Jakarta Pusat dan Jakarta Selatan, yang masing-masing masing-masing sebesar 26,57 persen (Rp 259,68 triliun) dan 22,15 persen (Rp 216,38 triliun).

Sumber : Bps.go.id

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.



## PDRB DKI Jakarta pada 2010-2011

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 1.  
PDRB adh Konstan menurut Kabupaten/Kota Tahun 2010-2011, Pertumbuhan Ekonomi dan Sumber Pertumbuhan Tahun 2011

Wilayah	PDRB Konstan (Milyar Rp)		Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2011 (%)	Sumber Pertumbuhan (%)
	2010	2011		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Jakarta Selatan	88.730,44	94.920,21	6,98	1,58 <sup>2</sup>
Jakarta Timur	66.725,67	70.918,90	6,28	1,07
Jakarta Pusat	102.859,74	110.007,95	6,95	1,83 <sup>1</sup>
Jakarta Barat	58.720,17	62.389,55	6,25	0,94
Jakarta Utara	73.383,11	78.046,75	6,36	1,19 <sup>3</sup>
Kep. Seribu	1.118,49	1.209,86	8,17	0,02
<b>Total Kab/Kota</b>	<b>391.537,62</b>	<b>417.488,61</b>	<b>6,63</b>	<b>6,63</b>
<b>DKI Jakarta</b>	<b>395.633,58</b>	<b>422.162,57</b>	<b>6,71</b>	<b>xxxx</b>

Catatan:  
Perbedaan antara total PDRB Kab/Kota dengan PDRB DKI Jakarta disebabkan oleh perbedaan sumber data, cakupan, dan ketidaktepatan data.  
Disertakan dalam Laporan Tahunan IBIKKG.

Sumber : Bps.go.id

## PDRB menurut Kabupaten/Kota pada Tahun 2011



**Tabel 3.**  
**PDRB adh Berlaku menurut Kabupaten/Kota dan Sektor Tahun 2011**  
**(Milyar Rp)**

Wilayah	Primer	Sekunder	Tersier	Total Kab/Kota	Kontribusi Wilayah (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Jakarta Selatan	154,75	41.532,83	174.697,74	<b>216.385,33</b>	<b>22,15</b>
Jakarta Timur	134,41	70.455,13	95.120,47	<b>165.710,01</b>	<b>16,96</b>
Jakarta Pusat	38,25	30.416,64	229.225,50	<b>259.680,39</b>	<b>26,57</b>
Jakarta Barat	129,10	31.426,95	115.142,22	<b>146.698,27</b>	<b>15,01</b>
Jakarta Utara	258,48	100.877,94	81.925,07	<b>183.061,49</b>	<b>18,74</b>
Kepulauan Seribu	5.258,32	55,89	230,69	<b>5.544,89</b>	<b>0,57</b>
<b>Total Sektor</b>	<b>5.973,30</b>	<b>274.765,38</b>	<b>696.341,69</b>	<b>977.080,37</b>	<b>100,00</b>
<b>DKI Jakarta</b>	<b>6.058,72</b>	<b>275.873,20</b>	<b>700.608,12</b>	<b>982.540,04</b>	<b>xxx</b>

Catatan:  
Perbedaan antara total PDRB Kab/Kota dengan PDRB DKI Jakarta disebabkan oleh perbedaan sumber data, cakupan, dan diskrepansi Statistik.

Sumber : Bps.go.id

**Tabel I : Produk Domestik Regional Bruto Indonesia (2010-2012)**

**Tabel II : Produk Domestik Regional Bruto Indonesia (2010-2012)**

Pengeluaran	Distribusi (%)			Laju Pertumbuhan(%)		
	2010	2011	2012*	TIII-2012 thdp TII-2012	TIII-2012 thdp TIII-2011	Sumber pertumb (yoy)
Konsumsi Masyarakat	56.6	54.6	54.8	2.71	5.68	3.12
Pengeluaran Pemerintah	9.0	9.0	8.2	-0.07	-3.22	-0.26
PMTB (Investasi)	32.1	32.0	33.1	2.94	10.02	2.43
Ekspor	24.6	26.3	23.1	-0.21	-2.78	-1.38
Impor	22.9	24.9	23.7	-8.36	-0.54	-0.20
PDRB total	100.0	100.0	100.0	3.21	6.17	6.17
<b>Sektor</b>						
Pertanian	15.3	14.7	15.4	6.15	4.80	0.65
Perdagangan	11.2	11.9	11.4	0.11	-0.09	-0.01
Industri	24.8	24.3	23.8	3.99	6.36	1.62
Listrik, gas dan air bersih	0.8	0.7	0.7	1.04	5.56	0.04
Konstruksi	10.3	10.2	10.0	3.97	7.98	0.51
Perdagangan, hotel & restoran	13.7	13.8	13.8	1.79	6.91	1.22
Perhubungan & komunikasi	6.6	6.6	6.6	4.20	10.48	1.02
Keuangan, real estate & jasa perantara	7.2	7.2	7.1	2.21	7.41	0.70
Jasa	10.2	10.5	10.4	1.81	4.44	0.42

Sumber : BPS (diolah) \*Angka tahun 2012 sampai dengan Triwulan III.

**Grafik I : Tingkat Inflasi Indonesia (2008-2012)**

Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



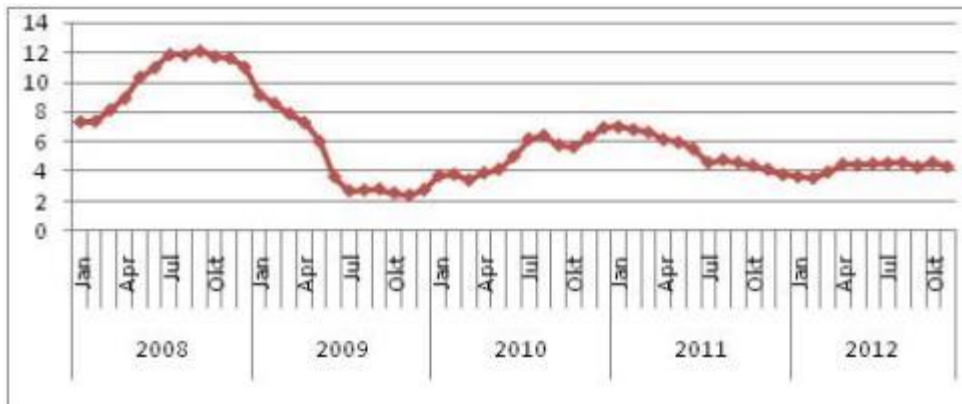


Grafik II : Tingkat Inflasi Indonesia (2008-2012)



Sumber: BPS

Tingkat inflasi Indonesia selama lima tahun terakhir cenderung memiliki trend menurun. Berikut gambaran inflasi Indonesia dari tahun 2008 sampai dengan bulan November 2012:



Gambar: 1.2 Pergerakan Tingkat Inflasi Tahun 2008-2012 (year to year, yoy)

Sumber: <http://www.bi.go.id>

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.



Dengan adanya data-data yang diperoleh dari sumber-sumber terkait maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi akan berkembang terus dari tahun ke tahun sehingga pertumbuhan bisnis resto/kuliner dapat berkembang dengan baik karena adanya dukungan dari daya konsumsi masyarakat yang tinggi. Dengan adanya data-data yang relevan dan aktual tersebut maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa bisnis kopi tiam 88 ini dapat dibuka dan dijalankan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 2. Pertumbuhan Kuliner

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan kuliner tumbuh 8% sampai 10% pada 2012. Target tersebut naik dibanding 2011 yang pertumbuhannya sebesar 7% sampai 8%, sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha kuliner ini menjanjikan dengan kenaikan pertumbuhannya dari tahun ke tahun. Sumber : [www.miti.or.id](http://www.miti.or.id)

### Perkembangan Usaha Makanan/ Restoran Skala Menengah dan Besar Tahun 2007-2010

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.



Provinsi	Usaha/ Perusahaan			
	2007	2008	2009	2010
NAD	8	8	8	10
Sumatera Utara	95	156	165	167
Sumatera Barat	22	20	27	31
Riau	57	70	71	75
Jambi	3	3	3	4
Sumatera Selatan	22	23	22	28
Bengkulu	3	3	3	3
Lampung	15	28	22	25
Kepulauan Bangka Belitung	7	9	9	10
Kepulauan Riau	27	45	50	55
DKI Jakarta	720	1028	1311	1359
Jawa Barat	132	220	257	286
Jawa Tengah	49	57	64	74
DI Yogyakarta	32	34	39	52
Jawa Timur	144	173	22	231
Banten	41	62	82	98
Bali	116	157	167	225
NTB	6	5	5	5
NTT	8	12	13	13
Kalimantan Barat	13	17	21	21
Kalimantan Tengah	2	2	2	2
Kalimantan Selatan	10	12	18	18
Kalimantan Timur	20	21	38	36
Sulawesi Utara	16	11	17	17
Sulawesi Tengah	3	3	3	3
Sulawesi Selatan	22	35	47	47
Sulawesi Tenggara	3	3	3	3
Iorontalo	4	4	4	4
Sulawesi Barat	4	5	5	5
Maluku	2	3	3	3
Maluku Utara	4	4	3	4
Papua	2	-	-	-
Papua Barat	2	2	2	2

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2013

Dari tabel di atas, beberapa Provinsi di Indonesia seperti Sumatera Utara, Riau, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Banten dan Bali merupakan daerah yang mempunyai industri kuliner cukup besar. Namun terbesar masih diduduki oleh DKI Jakarta yang jumlahnya hingga ribuan. Padahal untuk daerah lain, potensi kuliner lokal masih banyak. Oleh sebab itu, ke depan sektor

- 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.



kuliner masih akan terus berkembang asalkan potensi lokal ini terus diberdayakan atau difasilitasi

## B. Analisa Pesaing

Menurut Kotler & Armstrong (2008:64), analisis pesaing adalah: “proses mengidentifikasi para pesaing kunci. Selanjutnya mengkaji tujuan, strategi, kekuatan dan kelemahan, dan pola reaksi mereka, serta memilih pesaing mana yang akan diserang atau dihindari”. SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan. Perusahaan harus menganalisis pasarnya dan lingkungan pemasarannya agar menemukan peluang yang menarik dan mengidentifikasi ancaman dari lingkungannya. Perusahaan harus menganalisis kekuatan dan kelemahan perusahaan serta tindakan pemasaran saat ini dan yang mungkin dilakukan untuk menentukan peluang mana yang paling baik untuk dikejar. Tujuannya adalah untuk mencocokkan kekuatan perusahaan dengan peluang menarik yang ada pada lingkungan, sekaligus menghilangkan atau mengatasi kelemahan dan meminimalisasi ancaman.

### Analisis CPM (Competitive Profile Matrix)

Competitive Profile Matrix menurut David (2010;160), mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan. Sampel critical success factors dalam CPM mencakup isu-isu internal maupun eksternal; karenanya, peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan di mana, 4 = sangat baik, 3 = baik, 2 = sedang, dan 1 = buruk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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 IBLIKKG.

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



Matriks CPM (Proyeksi Lamaran untuk Bisnis Kopi Tiam 88)

Faktor Penentu	Skor	Kopi Tiam		Gloria		Es Teler 77	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Keberhasilan	3	4	1,2	2	0,6	3	0,9
Harga	2	3	0,6	3	0,6	3	0,6
Kualitas Pelayanan	2	3	0,6	2	0,4	2	0,4
Suasan	3	4	1,2	3	0,9	3	0,9
Kualitas Produk			3,6		2,7		2,8

- Hasil dari peringkat es teller 77 dan gloria didapat dari website [www.idopenrice.com](http://www.idopenrice.com) yang merupakan hasil pemeringkatan yang didapat dari para konsumen yang telah berkunjung ke tempat tersebut dan membagi pengalamannya selama berkunjung tersebut. Hasil yang didapat hampir seperti matriks cpm.

Keterangan :

Bobot yang memiliki angka tertinggi merupakan faktor paling penting untuk menunjang keberhasilan, jika bobot yang sama berarti dianggap sama pentingnya.

Total bobot yang diberikan secara keseluruhan berjumlah 1

tampat ini BIKKO

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah b. mengutip tidak untuk tujuan komersial atau keuntungan ekonomi. c. dilarang melukiskan dan memfotokopi sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



- Skor adalah hasil perkalian dari bobot dan peringkat.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Faktor yang menentukan kopi tiam 88 mendapat peringkat teratas dalam harga dan kualitas produk adalah penawaran harga paket murah produk seharga Rp10.000, - Rp 25.000,- untuk menarik minat pengunjung kopi tiam juga memberikan manfaat lebih dari produk paket tersebut dengan kandungan gizi, vitamin dan mineral dari makanan tersebut.

Selain itu suasana dari kopi tiam yang oriental juga menjadi factor penentu kesuksesan dengan atmosfer yang mampu menghilangkan kepenatan para pengunjung yang dapat dibuktikan dengan kebiasaan para pengunjung yang betah menghabiskan waktu dengan berlama-lama menikmati fasilitas yang diberikan.

Kualitas layanan juga menjadi tolak ukur kesuksesan kopi tiam 88 dengan pelayanan *delivery order*, ucapan terima kasih, senyuman, sapaan dan pelayanan sigap yang diberikan oleh para karyawan kopi tiam juga memberikan kesan khusus bagi para pelanggan kopi tiam 88.

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.



<p><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:<ol style="list-style-type: none"><li>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.</li><li>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</li></ol></li><li>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</li></ol>	<p><b>STRENGTH (Kekuatan)</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Harga yang terjangkau (dapat disesuaikan dengan kemampuan keuangan konsumen/pelanggan )</li><li>2. Layanan internet wi-fi</li><li>3. Majalah dan Koran untuk dibaca</li><li>4. Pelayanan yang baik</li></ol>	<p><b>WEAKNESS (Kelemahan)</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Belum dikenal masyarakat luas</li></ol>
<p><b>OPPORTUNITY (Kesempatan)</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Adanya trend masyarakat sekarang untuk mencukupi asupan</li></ol>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Inovasi terhadap produknya tetap dilakukan</li></ol>	<p><b>Startegi WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Menawarkan potongan harga dengan penggunann kartu kredit bank tertentu untuk melakukan</li></ol>



**© 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.

<p>kebutuhan nutrisi/gizi sehari-hari</p> <p>2. Kesadaran masyarakat untuk hidup sehat</p> <p>3. Besarnya jumlah pengunjung di Glodok</p>		<p>pembayaran</p>
<p>THREAT (Ancaman)</p> <p>1. Konsep dan ide usaha bisa ditiru oleh pesaing</p> <p>2. Brand image para pesaing yang sudah cukup akrab dengan masyarakat</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Diskon/potongan harga pada minggu tertentu</p> <p>2. Inovasi pada produk-produknya</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Promosi yang gencar untuk menarik minat para calon konsumen untuk menikmati produk</p>





## C. Segmentasi Pasar

Menurut Kotler dan Armstrong (2002:28), “segmentasi adalah membagi sebuah pasar ke dalam kelompok-kelompok pembeli yang khas berdasarkan kebutuhan karakteristik atau perilaku yang mungkin membutuhkan produksi atau bauran pemasaran yang terpisah dengan mengidentifikasi dan membagi pasar ke dalam kelompok yang berbeda”. Perusahaan dapat menunjukkan suatu strategi pemasaran yang spesifik kepada setiap kelompok.

Basis-basis segmentasi antara lain :

### 1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis mengharuskan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti Negara, Negara bagian, wilayah, propinsi dan kota. perusahaan dapat beroperasi dalam seluruh wilayah tetapi memberikan perhatian pada variable local.

Berdasarkan Segmentasi geografis, kopi tiam 88 kafe mempunyai target pasar yaitu dari segmen masyarakat yang tinggal di daerah Glodok Jakarta Barat. Walaupun demikian, bagi pemilik kafe tidak menutup kemungkinan untuk melayani kelompok masyarakat yang berasal dari daerah Jakarta Utara dan Jakarta Timur.

### 2. Segmentasi Demografis

Segmentasi dilakukan dengan cara pasar di bagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel-variabel demografis seperti, usia, ukuran keluarga, jenis



kelamin, penghasilan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, dan kelas sosial.

③ Variabel demografis ini merupakan dasar yang paling banyak digunakan dalam membuat kelompok pelanggan.

Mayoritas calon konsumen produk makanan dan minuman kopi tiam adalah pria dengan usia >19 tahun dengan latar belakang bermacam-macam seperti : mahasiswa, profesional, pengusaha, ibu rumah tangga dll.

Calon Konsumen yang berusia produktif tersebut pada umumnya datang dengan tujuan bersantai dan menikmati fasilitas yang disediakan serta potongan harga pada periode waktu tertentu.

Harga produk dengan rentang harga  $\geq$ Rp 10.000,00 tentunya disesuaikan dengan kantong dan kemampuan daya beli pelanggan.

### 3) Segmentasi psikografis

Upaya membagi pembeli menjadi kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup atau karakteristik kepribadian.

Para pelanggan kopi tiam 88 kafe umumnya berasal dari kelas menengah dan menengah ke atas dengan gaya hidup yang modern yang mempunyai kebiasaan mengkonsumsi kopi di kafe serta kepribadian konsumtif.

Harga yang ditawarkan mulai dari harga paket  $\geq$ Rp 10.000,00- dengan desain dekorasi yang mewah bernuansa oriental membuat para calon konsumen kelas menengah dan atas betah berlama-lama menghabiskan waktu di kafe kopi tiam sehingga membuat para calon konsumen menengah ke bawah tidak berani datang

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.



karena kemewahan yang ditawarkan serta kendaraan mobil dan motor sport yang umumnya menjadi alat transportasi para pengunjung kafe kopi tiam.

#### 4) Segmentasi Perilaku

Upaya membagi suatu pasar ke sejumlah kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan atau tanggapan konsumen terhadap suatu produk.

### D. Ramalan Industri dan Pasar

Target Pasar kopi tiam 88 adalah masyarakat yang terutama kaum muda dan wanita muda yang selalu mengikuti trend gaya hidup baru dan mempunyai kesadaran untuk hidup sehat yang berada di wilayah Jakarta Barat. Walaupun begitu tidak menutup kemungkinan untuk melayani para pelanggan yang berada di luar wilayah Glodok seperti daerah Jakarta Utara, Jakarta Pusat dan Jakarta Timur dengan pelayanan delivery order yang disediakan oleh manajemen.

Termasuk wilayah Kotamadya Jakarta Barat memiliki luas wilayah 433 ha. Menurut data statistik 2004, peruntukan luas tanah tersebut terdiri dari perumahan 256,69 ha; industri 0,00 ha; perkantoran 87,04 ha; taman 3,69 ha; pertanian 14,10 ha; lahan tidur 1,24 ha; dll 58,24 ha.

Secara administratif terdiri 8 kelurahan, 60 RW, 686 RT, 40.681 km<sup>2</sup> (3,37%) dengan kepadatan penduduk sebesar 35.801 jiwa/ km<sup>2</sup>. Kecamatan Tamansari terdiri dari:

1) Kelurahan Krukut (55 ha) dengan jumlah penduduk 24.260 jiwa dan 6.474 jiwa;



(b) Kelurahan Maphar (59 ha); dengan jumlah penduduk 22.387 jiwa dan 3.261

~~KK~~

(c) Kelurahan Taman Sari (68 ha); dengan jumlah penduduk 22.905 jiwa dan 5.368 KK.

(d) Kelurahan Tangki (34 ha); dengan jumlah penduduk 20.532 jiwa dan 5.927 KK.

(e) Kelurahan Mangga Besar (51 ha); dengan jumlah penduduk 11.216 jiwa dan 4.132

KK.

(f) Kelurahan Keagungan (32 ha); dengan jumlah penduduk 25.770 jiwa dan 6.254 KK.

(g) Kelurahan Glodok (38 ha); dengan jumlah penduduk 11.148 jiwa dan 3.281 KK.

(h) Kelurahan Pinangisia (96 ha); dengan jumlah penduduk 16.672 jiwa dan 3.813 KK.

Dilihat dari perkembangan jumlah penduduk yang terdapat di Jakarta Barat dengan populasi yang cukup padat. Berikut adalah data jumlah penduduk yang terdapat di Jakarta Barat Tahun 2012 berdasarkan laporan badan pusat statistik, menurut kelompok umur dan jenis kelamin.

Nama Kelurahan	Laki-		Total	Sex	Jumlah
	laki	Perempuan		Rasio	Rumahtangga
JOGLOR	22134	21365	43499	103.6	11136
SRENGSENG	23733	23062	46795	102.91	11825
MERUYA SELATAN	18598	18164	36762	102.39	9464

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 IBKKG.

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

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



MERUYA UTARA	24540	23832	48372	102.97	12737
KEMBARANGAN					
SELATAN	15955	16728	32683	95.38	8448
KEMBARANGAN					
UTARA	32178	31696	63874	101.52	16247
SUKABUMI					
SELATAN	21797	20355	42152	107.08	10073
SUKABUMI UTARA	20800	20064	40864	103.67	9782
KELEPA DUA	13516	13199	26715	102.4	6567
KEBON JERUK	31965	31148	63113	102.62	16170
DURI KEPA	31275	31601	62876	98.97	16056
KEDOYA SELATAN	18914	18781	37695	100.71	9963
KEDOYA UTARA	30295	29593	59888	102.37	16363
PALMERAH	36516	32875	69391	111.08	18851
SLIPI	9030	8820	17850	102.38	4699
KEMANGGISAN	16377	16825	33202	97.34	8014
KOTA BAMBUN					
UTARA	12712	12009	24721	105.85	5530
KOTA BAMBUN					
SELATAN	12026	11176	23202	107.61	5901
JATI PULO	15224	15131	30355	100.61	6857
TANJUNGPONDOK DUREN					
UTARA	9582	11297	20879	84.82	7291

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Harap milih IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) sebagai mitra dalam 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.

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.



TANJUNG SELATAN	14235	14797	29032	96.2	8963
POMANG	16700	17494	34194	95.46	11145
GROGOL	10878	11134	22012	97.7	8343
JELAMBAR	17510	18326	35836	95.55	8780
WILAYAH KESUMA	21334	20270	41604	105.25	11142
JELAMBAR BARU	19501	19280	38781	101.15	9307
KACIANYAR	14936	12743	27679	117.21	7019
DURI SELATAN	9383	8671	18054	108.21	4307
PANAH SEREAL	15194	14490	29684	104.86	7080
DURI UTARA	12117	10883	23000	111.34	5874
KRENDANG	9844	9156	19000	107.51	4799
JEMBATAN BESI	16495	14840	31335	111.15	8259
ANGKE	14982	14035	29017	106.75	7309
JEMBATAN LIMA	11009	9819	20828	112.12	5295
PAMBORA	5818	5311	11129	109.55	3007
BOA MALAKA	1595	1538	3133	103.71	890
PEKOJAN	12263	11852	24115	103.47	6286
KRUKIT	10635	10294	20929	103.31	5609
MAPHER	8138	8350	16488	97.46	5158
TAMASARI	7330	7831	15161	93.6	4541
TANGKI	6324	6666	12990	94.87	3890
MANGGA BESAR	3530	3811	7341	92.63	2053

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menyalin sebagian atau seluruhnya ke dalam tulisan, foto, atau rekaman elektronik, mekanis, atau lainnya, tanpa izin IBIKKG.

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



KEAGUNGAN	9507	8866	18373	107.23	5217
GLODOK	3520	3946	7466	89.2	2006
PINANGSIA	5784	5024	10808	115.13	3455
DURI KOSAMBI	44341	42011	86352	105.55	22876
RAWA BUAYA	37297	33934	71231	109.91	19579
KEDAUNG KALI					
ANGKE	19627	17194	36821	114.15	10642
KAPUK	83843	76240	160083	109.97	45402
GENGKARENG					
TIMUR	44534	42759	87293	104.15	23040
GENGKARENG					
BARAT	36090	36050	72140	100.11	17674
SEMAMAN	39213	37182	76395	105.46	20473
KALIDRES	43269	40980	84249	105.59	23890
PEGADUNGAN	39385	39258	78643	100.32	20292
TEGAL ALUR	49713	45962	95675	108.16	26782
SAMA	31405	28781	60186	109.12	15984

Sumber : [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)

Melihat dari jumlah penduduk yang berada di Glodok Jakarta Barat dan sekitarnya maka potensi untuk menjalankan bisnis ini sangat besar dengan proporsi jumlah perbandingan penduduk laki-laki dan perempuan yang jumlahnya seimbang

1. Para penulis ini telah melakukan penelitian dan penulisan karya ilmiah ini dengan menggunakan sumber-sumber yang kredibel dan akurat. Penulis ini telah melakukan penelitian dan penulisan karya ilmiah ini dengan menggunakan sumber-sumber yang kredibel dan akurat. Penulis ini telah melakukan penelitian dan penulisan karya ilmiah ini dengan menggunakan sumber-sumber yang kredibel dan akurat.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie