



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.1. Trend dan Pertumbuhan Industri

Bisnis *F&B* pada dasarnya mengalami perubahan *Trend* dan pertumbuhan industri yang sangat signifikan dari waktu ke waktu. Mulai dari Bisnis makanan pesan-antar melalui aplikasi lebih meningkat daripada bisnis makanan berkonsep dine-in. Terlebih setelah terjadinya pandemi pembelian makanan online pun disebut meningkat drastis yakni sebesar 300%. *Trend* ini juga diprediksi akan bertahan setelah usai pandemi. Dalam survei McKinsey & Company 84% konsumen menyatakan bahwa mereka berniat untuk menggunakan layanan pengiriman atau pemesanan online dari restoran untuk membeli makanan. Artinya, layanan pengiriman makanan menjadi kian penting bagi bisnis makanan.

Gambar 3.1

Data *Trend* pertumbuhan pasar bisnis makanan dan minuman



Sumber: <https://www.kantar.com>

Diakses pada 10 Mei 2022



Ditambah lagi *Trend* kepedulian masyarakat terhadap kesehatan semenjak pandemik juga membuat masyarakat lebih peduli terhadap makanan apa yang dimakan serta kebersihan kemasan produk. Kemasan sekarang ini juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk. Konsumen lebih memilih kemasan yang higienis dan ramah lingkungan. Maka itu, pelaku bisnis kuliner juga harus mempertimbangkan bahan makanan yang sehat dan bentuk kemasan yang aman serta ramah lingkungan dalam menjual makanan. Pisces Cake sendiri juga menerapkan konsep layanan pesan-antar tersebut bahkan tidak menyediakan dine-in dan hanya *take-away only*. Konsep tersebut dipilih karena untuk merespons perubahan akibat pandemi dan menyesuaikan dengan tren ke depannya, sebagai pelaku bisnis kuliner perlu melakukan berbagai cara untuk meningkatkan saluran penjualan online nya serta kapabilitas mereka untuk melakukan pengiriman. Selain itu Pisces Cake juga merupakan makanan yang sehat karena tidak menggunakan bahan-bahan pengawet buatan. Bahan dasar produk makanan Pisces cake terbuat dari ikan tenggiri asli dan tepung yang diolah dan dicampur dengan berbagai macam bumbu. Kemasan yang digunakan Pisces Cake juga aman dan ramah lingkungan karena kemasan yang digunakan berbahan dasar paper cup yang mudah untuk didaur ulang kembali.

3.2. Analisis Pesaing

Analisis Pesaing merupakan proses untuk mengetahui pesaing dengan cara menganalisis serta mengidentifikasi apa saja kelemahan dan kekuatan mereka kaitannya dalam mempengaruhi bisnis kita sendiri. Dengan analisis pesaing, kita sebagai pelaku usaha dapat mengatasi kelemahan kita serta menonjolkan kelebihan usaha kita dengan membandingkan dari para pesaing. Maka dari itu sebuah bisnis membutuhkan data-data dari pesaing sebagai perbandingan, untuk membuat strategi yang efektif.



Berdasarkan pengamatan, penulis berhasil menetapkan beberapa pesaing yang menjual produk yang sejenis dengan “Pisces Cake”. Berikut merupakan pesaing-pesaing dari Bisnis Camilan Pisces Cake:

a. Profil Pesaing 1

- 1) Nama Perusahaan : ESSEL JKT
- 2) Lokasi : MOI, Ruko french walk unit F15, RT.18/RW.8, West Kelapa Gading, Kelapa Gading, North Jakarta City, Jakarta 14240
- 3) Harga : Rp 50.000 – Rp 100.000 / orang
- 4) Kelebihan : Memiliki tempat yang nyaman dan pelayanan yang ramah, Menggunakan pemanfaatan teknologi dengan melakukan promosi di sosial media.
- 5) Kelemahan : Harga yang ditawarkan relatif mahal, serta rasa makanan yang ditawarkan lebih authentic korea kurang sesuai dengan lidah masyarakat lokal.

b. Profil Pesaing 2

- 1) Nama Perusahaan : Grandma Korean Street Food
- 2) Lokasi : Jl. Taman Sunter Indah No.9, RT.13/RW.10, Sunter Jaya, North Jakarta City, Jakarta 14360
- 3) Harga : dibawah Rp 50.000 / orang
- 4) Kelebihan : Menjual harga produk relatif lebih murah
- 5) Kelemahan : Promosi yang kurang gencar, serta kurangnya pengelolaan sosial media untuk mengembangkan bisnisnya.



Berikut merupakan tabel analisis pesaing pada perusahaan Pisces Cake:

Tabel 3. 1

Analisis Pesaing Perusahaan Pisces Cake

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
ESSEL JKT	1) Tempat yang lebih <i>cozy</i> dan nyaman. 2) Pelayanan yang ramah. 3) Menggunakan social media dalam menawarkan produk.	1) Harga yang ditawarkan relatif mahal. 2) Rasa Makanan tidak disesuaikan oleh lidah orang indonesia.
Grandma Korean Street Food	1) Produk yang dijual relatif lebih murah. 2) Produk yang ditawarkan disesuaikan dengan lidah masyarakat lokal. 3) Menjual varian produk yang lebih beragam	1) Promosi yang kurang gencar. 2) Kurangnya pemanfaatan teknologi seperti sosial media ataupun layanan pesan antar.

Sumber: Pisces Cake 2022

3.3. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL yaitu singkatan dari (*Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal*) merupakan analisis eksternal yang diterapkan sebagai alat untuk memantau keberadaan diluar perusahaan yang dapat menjadi peluang agar perusahaan atau bisnis dapat berkembang dan juga dapat menjadi ancaman bagi jalannya bisnis, Konsep ini diterapkan untuk melihat operasi atau rencana untuk meluncurkan produk dan layanan suatu bisnis, atau untuk mengantisipasi situasi makro yang memengaruhi situasi suatu usaha. Berikut adalah analisis PASTEL dari bisnis Pisces Cake:

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Politik (Politic)

Faktor politik merupakan faktor luar yang mempengaruhi jalannya suatu bisnis. Jika terjadinya bencana secara global, perang maupun kerusuhan aktivis maka aktivitas bisnis akan terganggu dan menyebabkan dampak negatif bagi seluruh sektor bisnis. Tentu masalah tersebut disebabkan karena adanya peraturan dan kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi jalannya politik yang dapat mempengaruhi jalannya suatu usaha atau bisnis.

Faktor politik yang berdampak negatif dan mempengaruhi jalannya suatu bisnis saat ini adalah ketika Presiden Joko Widodo secara resmi menetapkan covid-19 sebagai bencana nasional. Penetapan itu dinyatakan melalui Keputusan Presiden (Keppres) Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Non-Alam Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (covid-19). Hal tersebut memiliki dampak negatif yaitu selama pandemi Pemerintah mengakui daya beli masyarakat saat ini melemah karena pendapatannya menurun yang menjadikan beberapa bisnis mengalami kerugian selama pandemi berlangsung. Tetapi hal tersebut malah menjadi dampak positif bagi Pisces Cake karena selama pandemi covid-19 justru mendongkrak belanja online dan kegiatan layanan pesan antar. Hal itu bisa terjadi karena pandemi telah mengubah dinamika bisnis di seluruh industri dan pengiriman makanan online mendapat manfaat dari perubahan tersebut.

2. Ekonomi (*Economic*)

Faktor ekonomi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi berlangsungnya suatu bisnis F&B. Ada beberapa faktor ekonomi yang mempengaruhi mulai dari pertumbuhan ekonomi, tingkat suku bunga, inflasi maupun standar nilai tukar suku bunga. Menurut hasil siaran PERS Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada pada Triwulan I-2022 mampu tumbuh kuat sebesar 5,01% dan hal ini lebih baik dari beberapa negara lainnya seperti Tiongkok, Singapura,

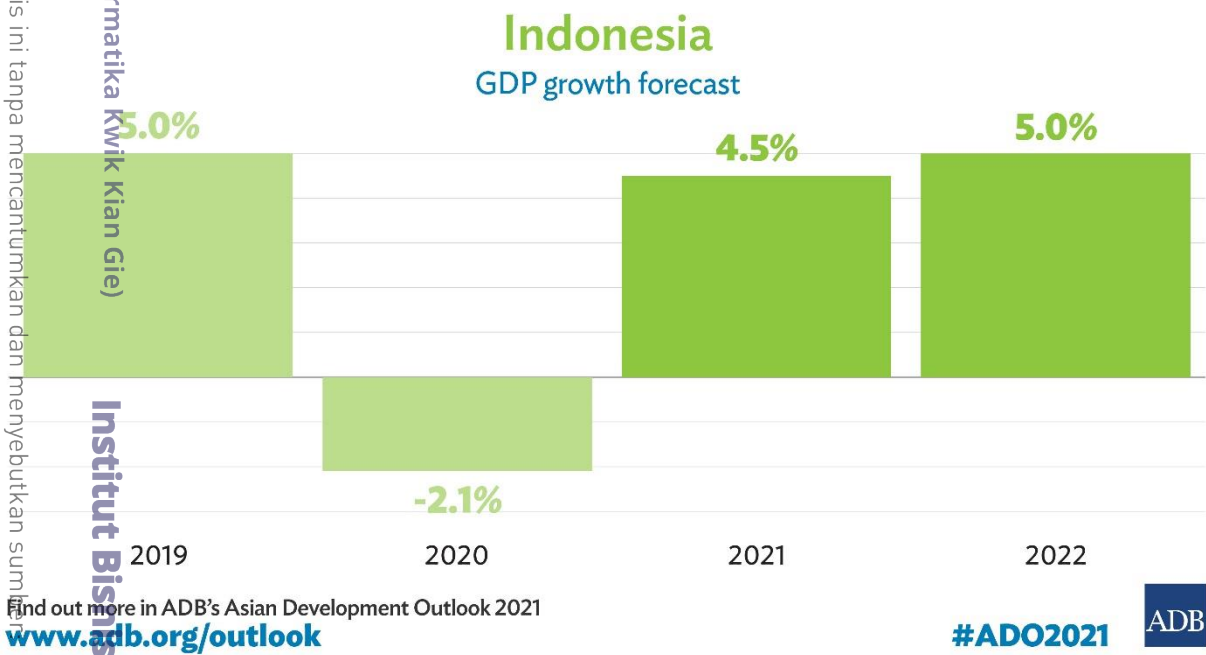


Korea Selatan, Amerika Serikat dan Jerman. Bertepatan dengan rilis pertumbuhan ekonomi, BPS juga melaporkan Inflasi Indonesia periode April 2022 yang tercatat sebesar 0,95% (month to month) atau 3,47% (year on year). Dengan demikian, inflasi periode ini masih terjaga dalam kisaran target APBN tahun 2022 di tengah kenaikan harga komoditas pangan dan energi global serta peningkatan inflasi di berbagai negara.

Sumber: <https://ekon.go.id/>

Diakses pada 12 Mei 2022

Gambar 3. 2
Indonesia GDP Growth (year on year)



Sumber: www.adb.org

Meskipun pada tahun 2022 ini ada peristiwa munculnya varian Omicron Covid-19 yang ditambah geopolitik antara Rusia dan Ukraina yang telah menyebabkan disrupsi rantai pasok global. Tetapi Indonesia mendapat kabar positif di tengah berbagai dinamika dan tantangan global yaitu pada tahun ini pemerintah Indonesia memperkirakan konsumsi masyarakat akan tumbuh lebih baik kedepannya, seiring dengan laju pertumbuhan ekonomi

Hak cipta © IBI IKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 Ha Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang menjiptip 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.



yang baik dan inflasi yang masih terjaga. Hal itu memberikan dampak positif bagi bisnis Pisces Cake dimana dengan pertumbuhan ekonomi yang membaik serta inflasi yang rendah, kecenderungan masyarakat dalam hal daya beli masyarakat akan lebih konsumtif.

3. Sosial (*Social*)

Faktor Sosial dapat mempengaruhi sikap, pola pikir serta tingkah laku individu sebagai konsumen dalam kelangsungan sebuah bisnis. Pada saat ini kehidupan sosial masyarakat telah banyak berubah mulai dari banyaknya kebiasaan konsumsi masyarakat yang lebih memilih berbelanja dengan memanfaatkan jasa pengiriman daring daripada harus pergi ke *offline store*. Saat ini juga konsumen lebih cenderung memilih makanan yang dikemas dengan *packaging* yang layak dan aman untuk sampai ke konsumen. Dengan adanya pola konsumsi tersebut, menuntut sektor industri *F&B* harus lebih aktif dalam mengembangkan inovasi.

Maka dari itu Pisces Cake dapat berinovasi dengan menyediakan kemudahan pembelian jasa layanan antar makanan secara online yang bisa diakses melalui aplikasi layanan pesan antar yang tersedia. Pisces Cake juga menyediakan kemasan berbahan dasar plastik yang ramah lingkungan dan mudah untuk didaur ulang. Setiap pembelian produk Pisces Cake juga akan diberikan kantong plastik yang ramah lingkungan yang terbuat dari *Bio Plastic/Cassava Bag* dan akan diikat dengan *cable tie* agar produk sampai ke tangan konsumen dengan aman.

4. Teknologi (*Technology*)

Teknologi saat ini telah banyak digunakan untuk mendukung proses bisnis yang terjadi pada perusahaan. Penerapan Teknologi dalam suatu bisnis telah menyebabkan perubahan pada pola kebiasaan masyarakat dalam membeli suatu produk berupa barang ataupun jasa. Contohnya perkembangan teknologi yang cepat membuat masyarakat tidak perlu lagi untuk datang ke tempat yang ingin dituju untuk membeli sebuah produk. Di zaman

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.



industry 4.0 kita hanya perlu membeli produk melalui aplikasi online yang tersedia di smartphome ataupun komputer.

Perkembangan teknologi yang cepat ini membuat para pelaku bisnis harus beradaptasi memanfaatkan teknologi dalam menunjang kegiatan bisnisnya. Contoh dalam pemanfaatan teknologi dalam bisnis yaitu bisa membuat website, sosial media, ataupun forum sebagai sarana pemasaran bisnis.

Seperti halnya Pisces Cake juga menggunakan teknologi sebagai sarana dalam menjalankan bisnisnya. Contohnya dalam hal pemasaran Pisces Cake menggunakan aplikasi sosial media seperti Instagram, TikTok, Facebook, Twitter untuk memasarkan produknya. Pisces Cake juga membuat grup komunitas pencinta makanan korea dengan aplikasi Discord ataupun Whatsapp untuk berinteraksi langsung pada pelanggan setia Pisces Cake. Kemajuan teknologi dalam hal aplikasi layanan pesan antar juga dimanfaatkan oleh Pisces Cake untuk meningkatkan penjualan. Pisces Cake bekerjasama dengan perusahaan layanan pesan antar seperti Go-Food diaplikasi Go-jek, GrabFood diaplikasi Grab, dan ShopeeFood diaplikasi Shopee. Selain itu Pisces Cake juga menyediakan berbagai pembayaran alternatif dengan menggunakan pembayaran non-tunai seperti Kartu Debit dan Kartu Kredit ataupun melalui uang elektronik (*e-money*) seperti GoPay, OVO, ShopeePay dan DANA. Dengan menggunakannya teknologi saat ini diharapkan kedepannya dapat membantu Pisces Cake untuk berkembang lebih pesat lagi.

5. Lingkungan (*Environment*)

Lokasi lingkungan bisnis yang baik dan tepat diharapkan dapat memenuhi harapan pembisnis untuk menarik para konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan dan sebaliknya apabila terdapat kesalahan dalam pemilihan lokasi nantinya akan bisa menghambat kinerja perusahaan dan secara otomatis keuntungan maksimal tidak akan dapat dirasakan oleh pengusaha tersebut. Maka dari itu pemilihan lokasi lingkungan yang tepat

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.

sesuai target pasar serta ketersediaan infrastruktur yang memadai merupakan sebuah strategi yang juga dapat memudahkan antusias konsumen dalam mendapatkan barang ataupun jasa yang diinginkannya. Seperti halnya dengan Pisces Cake yang berlokasi di Jl. Raya Klp. Kopyor No.1, RT.2/RW.9, Kelapa Gading yang sangat strategis. Karena lokasi tersebut dekat dengan perumahan, sekolahan yaitu Tunas Karya 1, perkantoran, klinik, tempat ibadah serta banyaknya kuliner lainnya yang berada dekat Pisces Cake yang menjadikan lokasi tersebut ramai pengunjung dan sangat strategis.

6. Hukum (*Legal*)

Legalitas pada suatu perusahaan atau badan usaha adalah merupakan unsur yang terpenting, karena legalitas merupakan jati diri yang melegalkan atau mengesahkan suatu badan usaha sehingga diakui oleh masyarakat. legalitas perusahaan harus sah menurut undang-undang dan peraturan, di mana perusahaan tersebut dilindungi atau dipayungi dengan berbagai dokumen hingga sah di mata hukum pada pemerintahan yang berkuasa saat itu. Syarat-syarat dokumen legalitas yang dibutuhkan untuk membuka usaha meliputi dokumen seperti :

- 1) Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU)
- 2) Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- 3) Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- 4) Izin Usaha Mikro Kecil dan Menengah (IUMKM)

Dokumen yang dilampirkan diatas adalah legalitas yang diperlukan oleh Pisces Cake dalam menjalankan bisnisnya. Tidak hanya dokumen tersebut tetapi Pisces Cake juga harus memperhatikan tentang UU ketenagakerjaan sebagai aturan perusahaan yang sesuai dengan hukum. Dengan demikian, pengelolaan karyawan dapat berjalan lancar sesuai asas legalitas.



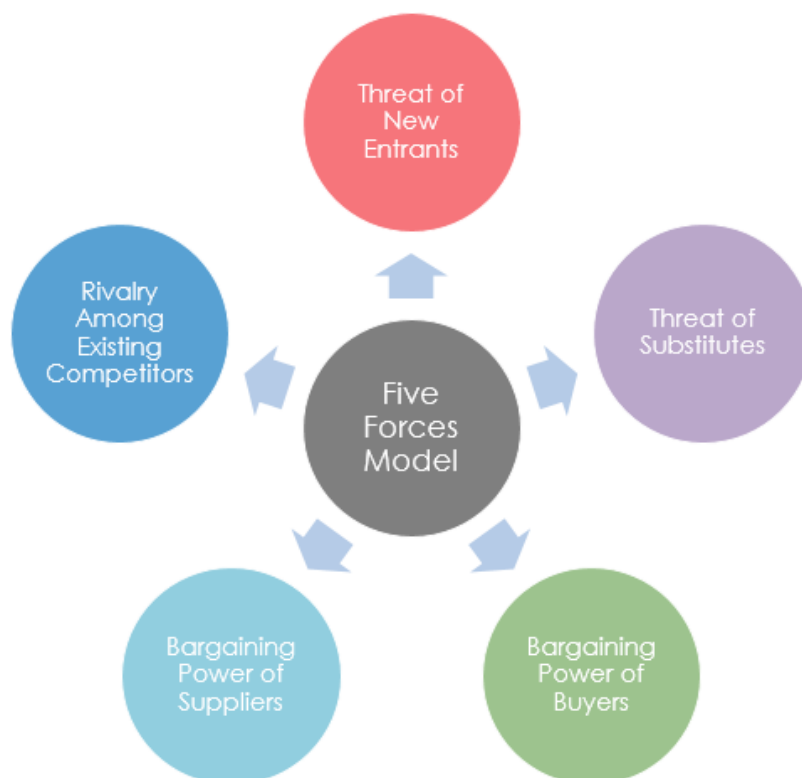


3.4. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter's Five Forces Business Model)

Menurut Porter terjemahan Karisma Publishing Group (2018:17), penentu dasar pertama dari profitabilitas suatu perusahaan adalah daya tarik industri. Strategi bersaing harus berkembang dari pemahaman yang canggih akan aturan persaingan yang menentukan daya tarik suatu industri. Porter's Five Forces Business Model pada dasarnya sebuah metode untuk menganalisis dan mengidentifikasi kekuatan suatu bisnis. Metode ini biasa digunakan untuk mengidentifikasi struktur industri dalam menentukan strategi perusahaan.

Gambar 3. 3

Porter's five forces analysis



Sumber: *nemolab.id*

Diakses pada 17 Mei 2022



a. Daya Tawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)

Pemasok itu sendiri memiliki fungsi yang sangat penting di dalam setiap tahap siklus peredaran produk barang maupun jasa. Hubungan yang baik dengan pemasok dapat berdampak pada pengiriman barang dari supplier yang tepat waktu, memperoleh penawaran khusus hingga mendapatkan harga yang miring.

Pada Pisces Cake sendiri Pemasok menjadi peranan penting untuk keberlangsungan pengadaan bahan baku yang berkualitas. Melihat daya tawar pemasok pada Pisces Cake tergolong relatif rendah. Ini disebabkan karena banyaknya pemasok-pemasok yang menawarkan harga bahan baku yang serendah mungkin sehingga setiap *supplier* menjadi bersaing dan kompetitif untuk menawarkan bahan baku yang berkualitas dengan harga yang lebih murah kepada Pisces Cake.

b. Daya Tawar Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*)

Perusahaan berlomba-lomba untuk mengatur strategi pemasaran agar barang / jasanya diminati oleh banyak konsumen. Mulai dari membuat membuat bisnis mereka terlihat unik atau mempunyai ciri khas, membuat banyak promo atau diskon, sampai menawarkan tempat yang nyaman dan menarik. Itu semua diperlukan untuk menarik para konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Pada Pisces Cake daya tawar pembeli masih tergolong relatif sedang. Ini bisa dibuktikan karena Pisces Cake mempunyai keunikan sendiri dalam segi citarasa pada makannya karena telah disesuaikan oleh lidah orang lokal. Lokasi Pisces Cake juga sangat mendukung karena dalam kawasan area tersebut sangat ramai karena merupakan kawasan perumahan dan perkantoran. Dan di area sekitaran Kelapa Kopyor Pisces Cake menjadi satu-satunya yang menjual camilan berupa olahan fish cake.



c. Ancaman bagi Produk Pengganti (*Threat of Substitutes*)

Ancaman produk substitusi merupakan ancaman yang terjadi kepada pelaku usaha ketika terdapat pesaing yang menawarkan konsumen pilihan produk yang berbeda, namun dapat memenuhi kebutuhan yang sama. Biasanya produk-produk pengganti yang perlu mendapatkan perhatian besar adalah produk yang mempunyai kecenderungan untuk memiliki harga / keunikan yang lebih baik ketimbang produk kita sendiri,

Pada Pisces Cake potensi ancaman bagi produk pengganti tergolong relatif tinggi. Tidak bisa dipungkiri saat ini industri yang bergerak pada *F&B* sangatlah banyak dan mempunyai berbagai keunikan pada masing-masing produk yang ditawarkan. Apalagi bisnis makanan dan minuman sangatlah mudah sekali untuk ditiru. Maka dari itu Pisces Cake harus menjaga keunikannya dan konsisten dengan terus berinovasi dari segi produk mulai dari menambah pilihan menu, menggabungkan fish cake khas korea dengan citarasa makanan dari negara lain dan sebagainya.

d. Ancaman bagi pendatang baru (*Threat of New Entrants*)

Masuknya perusahaan sebagai pendatang baru akan menimbulkan sejumlah implikasi bagi suatu perusahaan, misalnya kapasitas menjadi bertambah, terjadinya perebutan pangsa pasar, serta perebutan sumber daya pemasok. Kondisi seperti ini tentunya akan menimbulkan ancaman bagi perusahaan Pisces Cake.

Melihat dari masuknya pendatang baru bagi Pisces Cake tergolong relatif sedang. Ini dikarenakan usaha ini tidak memerlukan terlalu banyak modal atau biaya dalam membuat bisnis camilan ini. Sehingga banyak pelaku usaha yang tergiur untuk membuka bisnis camilan olahan fish cake. Untuk mengantisipasi hal tersebut Pisces Cake nantinya akan membuka *open franchise* agar pelaku bisnis yang lain dapat membuka usaha fish cake dengan menggunakan brand Pisces Cake. Tentunya dengan membeli franchise Pisces Cake

Hakipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hakipta 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.



calon pelaku usaha akan kami ajarkan dan bimbing sampai memperoleh BEP pada waktu yang sudah diperkirakan. Karena pada saat ini banyak pelaku usaha yang ingin meraih keuntungan sebesar-besarnya dalam waktu singkat tanpa memikirkan bisnisnya untuk jangka panjang.

e. **Persaingan antar Pesaing yang ada (*Rivalry Among Existing Competitors*)**

Setiap pelaku usaha pasti dijumpai dengan adanya para pesaing. Perusahaan berlomba-lomba menentukan strategi untuk berinovasi untuk menarik daya beli konsumen. Persaingan ini membuat dinamika pasar yang sangat kompetitif untuk menguasai pasar itu sendiri.

Melihat persaingan antar pesaing pada Pisces Cake tergolong relatif tinggi. Ini bisa dilihat dari banyaknya pesaing dari industri yang sama menjual olahan fish cake mulai dari perusahaan besar seperti Mujigae dan Lawson ataupun UMKM seperti ESSEL JKT dan Grandma Korean Fish Cake. Hal ini menuntut Pisces Cake harus terus beradaptasi dengan pasar yaitu dengan cara berinovasi sesuai keinginan masyarakat setempat. Hal tersebut bertujuan untuk berfokus pada konsumen yang ingin membeli fish cake agar tetap memilih brand Pisces Cake meskipun banyak brand lain diluaran sana ataupun brand-brand baru yang nantinya akan bermunculan kedepannya.

3.5. Analisis Faktor-Faktor Kunci (*Competitive Profile Matriks*)

Menurut Fred R. David (2017:36) , “The Competitive Profile Matrix (*CPM*) identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm’s strategic position”. Yang artinya *Competitive Profile Matrix (CPM)* berguna untuk mengidentifikasi para pesaing sebagai bentuk manajemen strategis sebuah perusahaan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan para pesaing. Faktor penentu keberhasilan dalam *CPM* mencakup faktor eksternal maupun internal karena mengacu pada



kekuatan dan kelemahan perusahaan. Berikut beberapa Faktor-faktor yang terdapat pada metode *Competitive Profile Matriks* :

A. Faktor Penentu Keberhasilan (*Critical Success Factor*)

Faktor-faktor penentu keberhasilan (CSF) adalah bidang-bidang utama, yang harus dilakukan pada tingkat keunggulan tertinggi yang mungkin jika organisasi ingin sukses dalam industri tertentu. Mereka bervariasi antara industri yang berbeda atau bahkan kelompok strategis dan mencakup faktor-faktor internal dan eksternal. Jika rating dalam perusahaan tinggi maka bisa dinyatakan bahwa strategi perusahaan cukup baik namun sebaliknya jika rating perusahaan rendah berarti strategi perusahaan kurang baik.

B. Bobot (*Weight*)

Setiap faktor penentu keberhasilan harus diberi bobot mulai dari 0,0 (kurang penting) hingga 1,0 (sangat penting). Angka tersebut menunjukkan betapa pentingnya faktor tersebut dalam keberhasilan di industri ini. Jika tidak ada bobot yang ditetapkan, semua faktor akan sama pentingnya, yang merupakan skenario yang mustahil di dunia nyata. Jumlah semua bobot harus sama dengan 1.0. Faktor terpisah tidak boleh diberi terlalu banyak penekanan (memberi bobot 0,3 atau lebih) karena keberhasilan dalam industri jarang ditentukan oleh satu atau beberapa faktor.

C. Peringkat (*Rating*)

Peringkat dalam *Competitive Profile Matrix (CPM)* memperlihatkan respon perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan sebuah usaha. Semakin tinggi *rating* yang didapat memperlihatkan respon yang baik dari perusahaan terhadap *Critical Success Factors (CSF)*, dan juga sebaliknya bila *rating* rendah menunjukkan respon yang kurang baik. Peringkat dengan kisaran antara 1,0 - 4,0 dan dapat diterapkan untuk berbagai faktor.



Berikut Ada beberapa poin-poin penting terkait dengan *rating* di CPM:

- 1) Peringkat diterapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan.
- 2) Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan.
- 3) Tanggapan rata-rata diwakili oleh angka 2,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.
- 4) Tanggapan diatas rata-rata diwakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan.
- 5) Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh 4.0

D. Skor (*Score*)

Komponen *score* Merupakan nilai perkalian dari *rating* dan *weight*. Setiap perusahaan memperoleh nilai pada setiap faktor. Nilai tersebut akan dijumlah dan akan menghasilkan total nilai.

E. Skor Total Tertimbang (*Total Weighted Score*)

Jumlah dari total score dari masing-masing perusahaan berkisar antara 1 (rendah) hingga 4 (tinggi). Nilai rata-rata untuk CPM adalah 2,5. Maka perusahaan yang memiliki nilai akhir dari CPM dibawah 2,5 dikatakan perusahaan tersebut dikategorikan posisi relatif lemah. Sedangkan, jika nilai diatas 2,5 dikatakan perusahaan tersebut dikategorikan relatif kuat dalam persaingan.

Sumber: <https://www.mochamadbadowi.com/>

Diakses 17 Mei 2022



Berikut merupakan tabel *Competitive Profile Matrix* pada bisnis camilan Pisces Cake:

Tabel 3. 2

Competitive Profile Matrix Pisces Cake

<i>Critical Success Factor (CSF)</i>	Weight	Pisces Cake		ESSEL JKT		GRANDMA KOREAN STREET FOOD	
		Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot
Cita Rasa Produk	0,24	4	0,96	4	0,96	3	0,72
Varian Produk	0,11	2	0,22	3	0,33	4	0,44
Lokasi Usaha	0,12	3	0,36	4	0,48	3	0,36
Harga	0,21	4	0,84	2	0,42	4	0,84
Merek (Brand)	0,10	2	0,20	3	0,30	3	0,30
Pelayanan	0,22	4	0,88	3	0,66	2	0,44
Total	1		3,38		3,15		3,10

Sumber: Pisces Cake dan google.com

Data diatas diperoleh oleh penulis dari hasil perhitungan bobot berdasarkan kusioner yang didapat dari 33 responden laki-laki dan perempuan dengan rentang umur 12-55 tahun.

Mengenai apa saja yang mempengaruhi faktor penentu keberhasilan bagi perusahaan camilan. Data bobot ditentukan dari hasil kusioner responden yang memberikan nilai 4 (sangat penting) pada setiap *critical success factor (CSF)* dibagi dengan 90 yaitu total keseluruhan responden yang memberikan nilai sangat penting. Data rating ESSEL JKT dan Grandma Korean Street Food ditentukan dari analisa ulasan google beberapa responden.

Berdasarkan Tabel diatas penulis menarik kesimpulan bahwa untuk bisnis usaha Pisces Cake unggul dalam cita rasa produk dan pemanfaatan sosial media tetapi memiliki kekurangan dalam hal merek (*brand*) sedangkan pesaingnya ESSEL JKT unggul dalam cita rasa produk dan lokasi tetapi memiliki kekurangan dalam hal harga. Dan untuk pesaing Grandma Korean Street Food memiliki keunggulan dalam hal varian produk dan harga tetapi memiliki kekurangan dalam pelayanan.

© Hak cipta milik IBI KIE (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.



Berikut penjelasan lengkap Faktor-faktor yang mempengaruhi *CPM* dari tabel 3.2

diatas:

a. Cita Rasa Produk

Faktor terpenting dari bisnis F&B tentunya merupakan cita rasa produk dari makanan maupun minuman itu sendiri. Ketika konsumen puas dengan rasa dari makanan ataupun minuman pada produk yang ditawarkan, konsumen biasanya tak segan untuk merekomendasikan bisnis kuliner kita ke kerabat dan kenalan. Cita rasa produk mendapatkan bobot terbesar 0,24 yang merupakan bobot tertinggi. Pada Faktor ini Pisces Cake mendapat rating 4 karena Pisces Cake mempunyai cita rasa produk yang khas karena disesuaikan dengan lidah masyarakat lokal. Sedangkan untuk Grandma Korean Street Food mendapat rating 3 karena cita rasa dari produk yang ditawarkan biasa saja, rasa dari produk tidak terasa ikannya dan seperti olahan pabrikan.

b. Varian Produk

Calon pembeli cenderung menyukai untuk membeli suatu produk pada usaha kuliner yang memiliki menu yang bervariasi. Akan tetapi ada dampak negatif jika suatu bisnis kuliner memiliki banyak menu karena akan sulit untuk menjaga kualitas produk itu sendiri. Varian Produk memiliki bobot 0,11 pada faktor ini Pisces Cake mendapatkan rating 2 karena produk pada Pisces Cake kurang bervariasi. Hal ini disebabkan karena Pisces Cake merupakan usaha baru. Selain itu Pisces Cake juga merupakan usaha yang berfokus pada penjualan untuk produk fish cake dan bukan menu korea lainnya. Sedangkan ESSEL JKT mendapatkan rating 3 dan Grandma Korean Street Food mendapat rating 4 karena varian produk makanan korea yang ditawarkan lebih bervariasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Hak Cipta dimiliki Kwik Kian Gie (Institusinya) dan Informasinya 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.



c. Lokasi Usaha

Menentukan lokasi usaha yang strategis haruslah memperhatikan akses yang mendukung, yakni mudah diakses oleh para konsumen. Selain itu lokasi usaha juga harus berada di lingkungan yang ramai pengunjung. Karena jika ramai, lokasi tersebut bisa sangat menguntungkan bagi pelaku usaha. Lokasi Usaha memiliki bobot 0,12 dan pada faktor ini penulis memberikan rating 3 pada Pisces Cake. Karena lokasi Pisces Cake cukup strategis berada pada pusat keramaian masyarakat. Lokasi tersebut dekat dengan sekolah, perkantoran, tempat ibadah dan banyaknya usaha kuliner lainnya. Sedangkan ESSEL JKT mendapat rating 4 karena usaha tersebut berada dalam kawasan ruko mall yang ramai pengunjung dari luar ataupun pengunjung dari apartemen mall setempat.

d. Harga

Harga merupakan pemeran yang penting karena dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk yang dibelinya. Oleh sebab itu, penetapan harga menjadi sangat penting bagi suatu pelaku bisnis. Harga mendapatkan bobot 0,21 yang merupakan bobot terbesar kedua. Pada faktor ini Pisces Cake dan Grandma Korean Street Food mendapatkan rating 4 karena harga produk relatif murah dan terjangkau sesuai dan sesuai dengan kualitas produk yang didapat. Sedangkan ESSEL JKT harga yang ditawarkan relatif mahal dan cenderung overprice dengan kualitas produk yang didapat.

e. Merek (*Brand*)

Merek merupakan salah satu bagian penting dari suatu produk. Merek bisa menjadi suatu nilai tambah bagi produk maupun sebuah jasa. Brand juga membuat masyarakat menjadi sadar akan kehadiran bisnis pada produk dan jasa yang ditawarkan. Merek (*Brand*) mendapat bobot 0,10 dan pada faktor Pisces Cake mendapat rating 2 karena Pisces Cake merupakan *Brand* yang baru muncul. Sehingga dimana para pesaing seperti ESSEL JKT



dan Grandma Korean Street Food lebih unggul. Hal ini wajar karena brand tersebut sudah lebih dulu muncul dan merupakan bisnis yang sudah lama.

f. Pelayanan

Pelayanan menjadi peranan penting untuk meningkatkan peluang suksesnya bisnis. Manfaat pelayanan untuk bisnis tidak hanya meningkatkan penjualan. Manfaat pelayanan memberikan kepuasan dan kepercayaan kepada konsumen. Selain itu pelayanan juga merupakan upaya menjaga loyalitas dan tingkat retensi konsumen. Pelayanan yang baik juga mempermudah konsumen untuk memahami produk yang dijual. Pelayanan mendapat bobot sebesar 0,22 dan penulis memberikan rating 4 kepada Pisces Cake. Hal ini dikarenakan pelayanan Pisces Cake sangat diperhatikan. Pisces Cake selalu sigap dalam menangani permintaan pelanggan dan memecahkan masalah pada pelanggan. Setiap karyawan juga diberi pelatihan untuk melayani pelanggan dengan cara yang tepat agar dapat membantu pelanggan dengan langsung menangani permintaan pelanggan dan memecahkan masalah pelanggan. Sedangkan untuk Grandma Korean Street Food mendapat rating 2 karena kurangnya pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

3.6. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

SWOT menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2017:79), “An overall evaluation of the company’s strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T).”

Strength adalah kondisi yang menggambarkan kekuatan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini menganalisis kekuatan diperlukan untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing. Jika kekuatan perusahaan tersebut unggul dalam kualitasnya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat kualitas yang lebih baik.



Weakness adalah kondisi yang menggambarkan kelemahan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Kelemahan yang ada dapat menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan. Jika perusahaan perlu meneliti kekurangan – kekurangan yang memiliki dalam bidang pemasaran. Hal ini perlu diperhatikan agar tidak membuat perusahaan menjadi kalah saing dan mundur dibandingkan para pesaing lainnya.

Opportunities adalah gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu perusahaan dan gambaran tersebut dapat memberikan peluang untuk berkembangnya suatu perusahaan di masa depan. Peluang atau kesempatan ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membantu mencapai visi, misi, dan tujuan dalam jangka panjang.

Threats adalah gambaran ancaman dari suatu perusahaan dalam menjalankan suatu usaha. Dengan menganalisis ancaman, perusahaan dapat menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan yang dapat menyebabkan kemunduran suatu perusahaan.

Metode analisis ini sangat bermanfaat untuk mengetahui suatu permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil dari analisis ini biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan suatu perusahaan. Selain itu, metode ini juga membantu para pebisnis untuk melihat sisi – sisi yang terbaik atau tidak terlihat dari sebuah perusahaan. Berikut ini merupakan analisis SWOT dari Pisces

Cake:

- a. *Strength* (Kekuatan)
 - 1) Cita rasa produk pada yang disesuaikan dengan masyarakat lokal
 - 2) Harga yang terjangkau sesuai dengan rasa produk yang didapat oleh konsumen
 - 3) Lokasi yang sangat strategis karena dekat dengan pusat keramaian kota
 - 4) Menyediakan pelayanan yang ramah dan komunikatif kepada konsumen



b. *Weakness* (Kelemahan)

- 1) Variasi Produk pada Pisces Cake yang kurang bervariasi
- 2) Kurangnya *brand awareness* pada Pisces Cake karena masih belum terkenal pada masyarakat luas

c. *Opportunity* (Peluang)

- 1) Berkembangnya kemajuan teknologi yang memudahkan konsumen untuk membeli dan mendapatkan produk
- 2) Gaya hidup sehat yang diterapkan masyarakat semenjak pandemi yaitu lebih memilih makanan sehat dan ekstra proteksi
- 3) Pesatnya perkembangan budaya korea yang masuk ke indonesia (*korean wave*) sehingga banyaknya masyarakat lokal yang tertarik untuk mencicipi kuliner dari korea

d. *Threats* (Ancaman)

- 1) Mudahnya usaha seperti ini untuk ditiru atau terjadinya plagiarisme oleh para pesaing baru
- 2) Banyaknya usaha sejenis yang terdapat di jakarta
- 3) Susahnya memenuhi selera konsumen yang berubah seiring perkembangan produk makanan dan minuman

Berikut merupakan tabel SWOT TOWS Analysis pada bisnis camilan Pisces Cake:

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. 3

SWOT Analysis

<p>INTERNAL</p> <p>SWOT</p> <p>EKSTERNAL</p>	<p>Kekuatan (<i>Strength</i>) (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cita rasa produk yang disesuaikan dengan masyarakat lokal 2. Harga yang terjangkau. 3. Lokasi yang strategis. 4. Pelayanan yang baik terhadap konsumen 	<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>) (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Varian Produk yang kurang variatif. 2. Kurang terkenalnya brand Pisces Cake pada masyarakat dikarenakan pendatang baru.
	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan banyak promo serta membuat event yang menarik kepada pelanggan yang sudah mengikuti sosial media Pisces Cake. (S2, S4, O1) 2. Mempertahankan dan menjaga cita rasa produk pisces cake sebagai camilan yang sehat dan praktis (S1, O2, O3) 3. Memberikan berbagai layanan jenis pembayaran elektronik (<i>cashless</i>) seperti GoPay, ShopeePay dan OVO. (S4, O1) 4. Menciptakan lokasi lingkungan area <i>store</i> selalu bersih. (S3, O2) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan lebih banyak varian menu yang tentunya tetap praktis dan bersih. (W1, O2) 2. Melakukan banyak promosi lewat sosial media dengan melakukan <i>endorsement</i> lewat para <i>influencer</i> kuliner dan <i>food blogger</i>. (W2, O1) 3. Mengadakan interaksi kepada pelanggan setia dengan membuat grup komunitas di discord. (W2, O1, O3)
<p>Peluang (<i>Opportunity</i>) (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berkembangnya kemajuan Teknologi untuk memudahkan konsumen untuk membeli dan mendapatkan produk. 2. Gaya hidup sehat yang diterapkan masyarakat semenjak pandemi dengan lebih memilih makanan sehat dan ekstra proteksi 3. Pesatnya perkembangan budaya korea yang masuk ke indonesia (korean wave). 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menginovasi perkembangan selera masyarakat terhadap kuliner yang sedang viral. (S1, T2, T3) 2. Membuat menu khusus dengan harga murah yang sesuai dengan porsinya agar semua kalangan orang bisa mencicipi fish cake. (S1, S2, S4, T3) 3. Menjaga konsistensi keunikan produk dan fasilitas layanan baik untuk konsumen dan lingkungan sekitar. (S3, S4, T3) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelatihan pekerja agar para pekerja diberikan kesempatan untuk membantu menuangkan ide dalam inovasi menu baru. (W1, T3) 2. Menginovasi banyak varian produk agar mempunyai keunikan dengan mempertahankan ciri khas Pisces Cake. (W1, T1, T2) 3. Mempromosikan produk dengan <i>social media marketing</i> agar dapat bersaing dengan para pesaing. (W2, T1, T2)
<p>Ancaman (<i>Threats</i>) (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mudahnya usaha seperti ini untuk ditiru atau terjadinya plagiarisme oleh para pesaing baru 2. Banyaknya usaha sejenis yang terdapat di jakarta 3. Susahnya memenuhi selera konsumen yang berubah seiring perkembangan produk makanan dan minuman 		

Sumber : data diolah oleh Pisces Cake