

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Suatu industri tentu berbeda antara satu dengan lainnya berdasarkan atas karakteristik ekonomi, situasi persaingan, dan prospek perkembangannya di masa datang. Perubahan berbagai faktor seperti teknologi, ekonomi, pasar dan persaingan akan bergerak mulai dari yang lambat sampai dengan yang cepat. Analisis industri dan pesaing perlu dilakukan sebelum melakukan pendirian suatu usaha, hal ini dilakukan agar pengusaha dapat mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai bagaimana keadaan situasi industri dan persaingan dari usaha sejenis dan juga keberlangsungan usaha tersebut. Selain itu juga analisis industri dan pesaing ini akan memberikan gambaran apakah suatu usaha dapat bersaing di antara para pesaingnya, dalam analisis industri juga biasanya membandingkan berbagai hal apakah industri ini juga cukup menjanjikan?, setelah melakukan analisis industri kemudian kita dapat menggunakan informasi tersebut dan dapat di pertimbangkan layak atau tidak.

3.1 Tren dan Pertumbuhan industri

Data trend dan pertumbuhan industri tentu diperlukan bagi pebisnis untuk menganalisa pada industri yang dijalankan, khususnya pada bidang *food and beverages* yaitu kedai kopi. Bisnis kedai kopi merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia pada saat ini, munculnya berbagai produk minuman dan makanan yang unik serta beraneka ragam membuktikan bahwa bisnis ini berkembang pesat. Masyarakat juga sangat antusias dengan adanya hal yang inovatif pada produk minuman kedai kopi tersebut.

Industri makanan dan minuman diproyeksi masih menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional. Peran penting





sektor strategis ini terlihat dari kontribusinya yang konsisten dan signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) industri non-migas serta peningkatan realisasi investasi. Industri makanan dan minuman pada tahun 2017 diproyeksikan mengalami pertumbuhan sebesar 34,95 persen pada triwulan III tahun 2017. Hasil kinerja ini menjadikan sektor tersebut kontributor PDB industri terbesar dibanding subsektor lainnya. Selain itu, capaian tersebut mengalami kenaikan empat persen dibanding periode yang sama tahun 2016. Sedangkan, kontribusinya terhadap PDB nasional sebesar 6,21 persen pada triwulan III/2017 atau naik 3,85 persen dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. Kemudian dilihat dari perkembangan realisasi investasi, sektor industri makanan dan minuman untuk penanaman modal dalam negeri (PMDN) triwulan III/2017 mencapai Rp 27,92 triliun atau meningkat sebesar 16,3 persen dibanding periode yang sama tahun 2016. Sedangkan, untuk penanaman modal asing (PMA) sebesar USD 1,46 miliar. (<https://kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan>)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3.2 Analisis Pesaing

Persaingan dalam suatu usaha bisnis tentu tidak dapat dihindari, oleh karena itu, perusahaan juga harus dapat merencanakan strategi guna untuk dapat bertahan dalam menjalankan usahanya, perlu dilakukan analisis pesaing terdekat ataupun pesaing potensial yang dapat mengancam keberlangsungan usaha yang sedang dijalankan.

Analisis para pesaing harus dilakukan karena perusahaan membutuhkan informasi-informasi mengenai data perusahaan pesaing guna merencanakan strategi pemasaran yang akan diterapkan oleh perusahaan untuk bersaing dengan baik, selain itu juga dibutuhkan untuk melakukan perbandingan produk, harga, dan promosi yang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



dilakukan oleh perusahaan dengan para pesaing nya. Tentu hal ini juga akan membuat perusahaan dapat mengetahui apa saja keunggulan dan kelemahan para pesaing nya tersebut.

Dari hal itu penulis juga melakukan pengamatan dari pesaing-pesaing LUCKY COFFEE BEAN, dan menetapkan beberapa pesaing potensial. Dalam analisisnya juga penulis memilih beberapa faktor yang menjadi pengamatan dalam menentukan keunggulan dan kelemahan para pesaingnya.

Berikut adalah hasil dari pengamatan pesaing-pesaing LUCKY COFFEE BEAN:

Tabel 3.1
Analisis pesaing LUCKY COFFEE BEAN

Nama Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Warung Kopi Nako Lokasi : Jl. Pajajaran Indah V No.7, RT.01/RW.11, Baranangsiang, Harga: Rp. 25.000-Rp. 100.000.	- . Minuman dan makanan nya cukup enak. - . Tempat parkir nya luas. - . Tempat cukup luas.	- . Kurangnya promosi
Kopi Soe Lokasi : Jl. Raya Pajajaran No.78G, RT.07/RW.04, Baranangsiang Harga : Rp. 25.000- Rp50.000.	- . Memiliki variasi minuman yang beraneka ragam. - . Harga yang tidak terlalu mahal.	- . Tempat nya tidak luas. - . Pelayanan kurang ramah
Kopi Kenangan Lokasi : Jl. Raya Pajajaran No.127, RT.05/RW.10, Bantarjati, Harga: Rp. 15.000- Rp. 100.000.	- . Memiliki banyak cabang. - . Harga yang terjangkau dari kopi lain. - . Makanan dan minuman nya cukup enak.	- . Tidak memiliki tempat untuk nongkrong. - . Varian produk kurang banyak

Sumber: LUCKY COFFEE BEAN

3.3 Analisis PESTEL

Analisis lingkungan eksternal bisnis mencakup analisis PESTEL (*Political, Economic, Social, Technology, Environment, dan Legal*) konsep dalam prinsip manajemen strategis. Konsep ini diterapkan sebagai alat untuk memantau lingkungan perusahaan di mana mereka beroperasi atau berencana untuk meluncurkan produk



dan layanan mereka. Hal ini berguna agar bisnis dapat memaksimalkan kesempatan yang ada dan dapat meminimalisir resiko atau ancaman.

Menerapkan analisis PESTEL memberikan pandangan baru tentang lingkungan makro dari banyak sudut pandang yang ingin diperiksa oleh bisnis saat mengembangkan ide atau rencana tertentu. Analisis ini menyediakan pandangan terhadap faktor eksternal yang mempengaruhi organisasi mereka. Analisisnya sendiri cukup fleksibel sehingga organisasi dapat menggunakannya dalam segala situasi yang berbeda. Hasil analisis ini bisa menjadi bimbingan untuk pengambilan keputusan strategis bagi perusahaan tersebut.

Berikut adalah hasil analisis PESTEL dari kedai kopi LUCKY COFFEE BEAN yang di bagi menjadi 6 bagian yaitu:

1. Politik (*Politic*)

Politik merupakan faktor yang mungkin akan mempengaruhi dalam bisnis. Dalam mendirikan sebuah bisnis faktor politik ini menentukan sampai dimana pemerintah mempengaruhi ekonomi untuk industri tertentu dan bisa saja mempermudah maupun mempersulit UMKM, hal ini karena sebuah usaha atau bisnis yang didirikan akan terpengaruh oleh keadaan politik atau kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh pemerintah Indonesia. Seperti contoh nya di tahun 2022 ini ada kebijakan baru yaitu pajak PPN (pajak pertambahan nilai) akan naik menjadi sebesar 11% yang awal nya adalah sebesar 10% tentu ini akan mempengaruhi dari sisi pebisnis maupun konsumen, dimana suatu pemasukan suatu bisnis mungkin akan berubah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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.



2. Ekonomi (*Economy*)

Pertumbuhan ekonomi yang meningkat, maka daya beli konsumen tentu akan meningkat dan berkembang, hal ini terjadi ketika pertumbuhan ekonomi berdampak positif pada masyarakat maka bisnis juga akan semakin meluas dikarenakan kenaikan pendapatan. Namun, jika yang terjadi sebaliknya maka setiap pengusaha yang ada harus berhati-hati karena dapat ikut berdampak pada bisnisnya.

Keadaan ekonomi seperti sekarang ini di tahun 2022 ini sedang memasuki tahap pemulihan akibat dari pandemi covid-19 sangat berdampak pada suatu kemajuan usaha semakin terkendalinya kasus Covid-19 mendorong kelompok masyarakat terutama kelas menengah ke atas untuk lebih leluasa dalam melakukan konsumsi. Sehingga bangkitnya kepercayaan masyarakat untuk melakukan konsumsi barang maupun jasa menjadi salah satu faktor terjadinya pemulihan ekonomi ke arah yang positif yang berujung meningkatnya kekuatan daya beli masyarakat. Hal ini dapat menjadi peluang LUCKY COFFEE BEAN.

3. Sosial (*Social*)

Faktor sosial budaya merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan hidup pada suatu bisnis atau usaha. Pendirian usaha kedai kopi pada saat ini sedang ramai, banyaknya minat pelanggan untuk berkunjung ke tempat dimana yang menawarkan minuman dan makanan yang berkualitas, tempat yang estetik, harga yang terjangkau. Di Indonesia juga memiliki kebiasaan budaya nongkrong sambil minum secangkir kopi atau minuman variasi yang lainnya, dan selain itu juga pertumbuhan daya beli konsumen juga

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.

meningkat karena gaya hidup masyarakat Indonesia, tentu hal ini juga menjadi peluang untuk bisnis kedai kopi LUCKY COFFEE BEAN.

4. Teknologi (*Technology*)

Perkembangan teknologi di Indonesia ini terbilang sangat pesat dikarenakan begitu banyak memberikan suatu kemudahan terhadap masyarakat Indonesia. Hanya dengan menggunakan sebuah telepon genggam atau *handphone* masyarakat dapat memesan makanan atau minuman melalui sebuah aplikasi Go-Food, Grab Food, Shopee food, Traveloka, dll.

Perkembangan teknologi di Indonesia sangat meningkat khususnya di bidang kuliner yang sangat praktis, tentu ini dimanfaatkan untuk para pebisnis kuliner termasuk kedai kopi LUCKY COFFEE BEAN untuk meningkatkan penjualan juga bekerja sama dengan para pihak untuk menggunakan teknologi aplikasi online melalui Go-Food, Grab Food, Shopee food, dan Traveloka untuk penjualan secara online. Kemudian untuk mempermudah konsumen yang datang ke kedai kopi LUCKY COFFEE BEAN juga memiliki alternatif pembayaran lain seperti menggunakan Shopee-pay, OVO, Go-Pay, dan debit dengan adanya alternatif pembayaran tersebut juga memberikan kemudahan untuk para pelanggan agar tidak sulit lagi untuk menarik uang ke bank jika tidak memiliki *cash*. Dengan kemajuan teknologi saat ini juga LUCKY COFFEE BEAN memiliki akun Instagram untuk membuat promosi dll untuk menarik pelanggan agar membantu bisnis kedai kopi LUCKY COFFEE BEAN berkembang lebih pesat.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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



5. Lingkungan (*Environment*)

Faktor lingkungan berdasarkan lokasi sangat menentukan apakah bisnis atau usaha yang didirikan dapat berjalan atau tidak dan dapat berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan karena lingkungan usaha bisnis harus dapat memiliki dampak positif bagi keberlangsungan bisnis tersebut kedepannya, dimana LUCKY COFFEE BEAN harus dapat konsisten dalam menjaga kualitas dan kebersihan serta pelayanan yang akan berpengaruh dalam kelangsungan bisnis kedai kopi. LUCKY COFFEE BEAN juga mendirikan bisnis nya di daerah kota bogor yaitu padjajaran yang masih memiliki suasana yang hijau, masih ada banyak pepohonan yang membuat pelanggan juga bisa merasakan kenyamanan yang bersih dan sejuk. Serta selalu memeriksa Kesehatan dari para pekerja LUCKY COFFEE BEAN dan bahan baku.

6. Legal

Bisnis kedai kopi yaitu LUCKY COFFEE BEAN juga harus memperhatikan peraturan-peraturan dari pemerintah, dalam suatu usaha legalitas adalah sesuatu yang dibutuhkan untuk kelancaran usaha. Sebuah bisnis harus memiliki SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), setiap perusahaan, koperasi, maupun usaha perorangan yang melakukan kegiatan usaha perdagangan wajib memiliki SIUP yang diterbitkan berdasarkan domisili tempat usaha dan berlaku di Indonesia.

LUCKY COFFEE BEAN adalah bisnis kedai kopi yang bergerak di industri makanan dan minuman tentu ini juga harus memiliki sertifikat halal dari LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika). Sertifikat ini harus diperbaharui setiap 2 tahun sekali.

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.



Selain itu juga LUCKY COFFEE BEAN harus memiliki dokumen legalitas seperti NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), NIB (Nomor Induk Berusaha), BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) agar bisnis nya dapat berjalan lancar dan memenuhi syarat terbentuk nya usaha yang aman dan legal.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Menurut Fred R. David (2017:229), "*Porter's five forces model of competitive analysis is a widely approach for developing strategies in many industries*". Yang artinya pendekatan yang digunakan secara luas dan mendalam untuk mengembangkan strategi dalam banyak industri. Terdapat lima kekuatan yang akan dianalisis, yaitu persaingan antar perusahaan sejenis, kekuatan tawar-menawar pembeli, kemungkinan masuknya pesaing baru, kekuatan tawar menawar, dan ancaman produk substitusi. Berikut ini merupakan lima kekuatan porter:

Gambar 3.1

Porter Five Business Model



Sumber: Fred R. David dan Forest R. David (2017 : 229), *Strategic Management:*

Concepts and Cases Sixteenth Edition, 2017:229

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.



1. Persaingan antar Perusahaan Yang Ada

Persaingan antar perusahaan adalah perusahaan yang menawarkan produk dan atau jasa yang sejenis. Jika dibandingkan dengan kekuatan lain, persaingan antar perusahaan sejenis merupakan kekuatan yang paling besar dalam model ini. Persaingan antar perusahaan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari antara perusahaan yang memiliki jenis bidang yang sama. Untuk mengatasi hal tersebut tentu perusahaan harus melakukan analisis pesaing dan menentukan keunggulan kompetitif agar mampu membuat bisnis bersaing dengan perusahaan sejenis secara optimal dan menjadi *market leader*.

LUCKY COFFEE BEAN dalam menjalankan bisnis nya memiliki pesaing yang cukup tinggi karena masing-masing perusahaan lain sudah memiliki keunggulan masing-masing dan tahun berdiri yang sudah dimulai lebih dulu dan dikenal masyarakat.

2. Potensi masuknya pendatang baru

Dalam potensi masuknya pendatang baru di industri bidang kuliner masih sangat potensial untuk dimasuki oleh pesaing baru, sehingga strategi yang dapat dilakukan oleh LUCKY COFFEE BEAN adalah dengan menjaga kualitas secara konsisten dan tidak berubah dari segi kualitas maupun pelayanan atau menguatkan brand image.

Masuknya pendatang baru dalam bisnis memiliki ancaman yang besar, banyak pesaing atau pendatang baru yang menawarkan kelebihan dari produk nya masing-masing. Mengingat modal yang ditawarkan dalam membuat usaha ini juga tidak terlalu cukup besar. Namun tentu tidak semua orang dapat melakukan usaha ini dengan cukup mudah untuk terkenal, karena usaha ini memiliki faktor yang besar entah masyarakat menyukai atau tidak karena memiliki selera yang berbeda-beda.

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.



Faktor pemasaran dalam usaha ini juga memiliki hal penting agar nama perusahaan diingat oleh calon konsumen. Untuk itu LUCKY COFFEE BEAN juga menghadapi hal tersebut dengan menggunakan semua teknologi yang ada pada zaman sekarang yaitu sosial media dan *mouth to mouth*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Potensi pengembangan produk pengganti

Dalam potensi produk pengganti juga banyak industri yang harus bersaing tidak hanya perusahaan dengan produk sejenis, tetapi bersaing juga dengan perusahaan tidak sejenis, produk-produk substitusi atau pengganti. Ancaman produk pengganti juga menjadi ancaman karena minuman kopi juga memiliki produk substitusi seperti susu, teh, dan coklat. Untuk itu yang dilakukan oleh LUCKY COFFEE BEAN adalah melakukan kesan yang positif dan memberikan kualitas produk yang baik dan selalu berinovasi terhadap produk yang ditawarkan kepada masyarakat, agar masyarakat memberikan kesan yang baik terhadap LUCKY COFFEE BEAN terhadap teman-temannya atau orang lain.

4. Daya tawar pemasok

Daya tawar pemasok memberikan pengaruh terhadap persaingan dalam suatu industry, Baik pemasok maupun produsen ingin memberikan harga yang masuk akal, perbaikan kualitas, dan keuntungan.

LUCKY COFFEE BEAN itu sendiri bekerja sama dengan beberapa pemasok seperti biji kopi, susu, krimer, sirup, gula, bubuk powder, packaging, dan pemasok lainnya. Dengan bekerja sama dan menjalin hubungan dengan baik dengan para pemasok tersebut tentu ketersediaan bahan baku terjamin dengan baik dan harga yang akan terjaga.

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.



5. Daya tawar konsumen

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

Konsumen akan mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhannya dengan harga yang sesuai. Untuk itu diperlukan adanya daya tarik khusus untuk konsumen serta mengerahkan layanan yang maksimal untuk konsumen, LUCKY COFFEE BEAN memiliki kualitas dan pelayanan yang maksimal untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dari sisi harga yang tidak terlalu cukup mahal dan memiliki tema tempat yang seperti rumah industrial maka konsumen akan dimanjakan suasana yang nyaman. Kemudian lingkungan atau tempat usaha tersebut masih memiliki pepohonan yang banyak karena bertempat di bogor. yang ditawarkan kepada konsumen harus sesuai agar konsumen tertarik untuk berkunjung ke kedai kopi dan tidak merasa kecewa dengan apa yang mereka dapatkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.5 Analisis Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix / CPM*)

Competitive Profile Matrix (CPM) adalah alat manajemen strategi yang tepat untuk membandingkan perusahaan dan para pesaingnya dan mengungkapkan kekuatan dan kelemahan relatif mereka. Faktor keberhasilan penting dalam *competitive profile matrix* yaitu termasuk isu-isu internal ataupun eksternal, karena peringkat nya mengacu pada kekuatan dan kelemahan para pesaing dimana 4 adalah kekuatan utama, 3 adalah kekuatan minor, 2 adalah kelemahan minor, 1 adalah kelemahan utama. Berikut ini adalah enam analisis pesaing dari LUCKY COFFEE BEAN:

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.



Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix para pesaing

Faktor Kunci Sukses	Bobot	LUCKY COFFEE BEAN		Warung Kopi Nako		Kopi Soe		Kopi Kenangan	
		Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat
Cita rasa produk	0,17	4	0,68	4	0,68	2	0,34	3	0,51
Varian produk	0,16	3	0,49	3	0,49	3	0,49	2	0,33
Lokasi Strategis	0,17	3	0,51	2	0,34	2	0,34	3	0,51
Harga	0,16	2	0,33	3	0,49	3	0,49	4	0,65
Pelayanan Yang Baik	0,17	3	0,51	3	0,51	2	0,34	2	0,34
Promo Menarik	0,17	2	0,33	2	0,33	4	0,66	3	0,5
Total	1,00		2,84		2,84		2,66		2,83

Sumber: LUCKY COFFEE BEAN

Dari hasil perhitungan secara keseluruhan Tabel *Competitive Profile Matrix* (CPM) diatas terdiri dari beberapa faktor. Setiap faktor kunci yang ada diberikan sejumlah nilai bobot, di mana semakin besarnya nilai ini menunjukkan bahwa semakin besar juga pengaruhnya. Total nilai dari seluruh pembobotan harus berjumlah satu. peringkat merupakan penilaian dari satu sampai empat untuk masing-masing perusahaan, angka satu menunjukan bahwa perusahaan tidak memiliki kontrol yang baik terhadap faktor tersebut, dan angka empat yang menunjukan perusahaan memiliki kontrol yang sangat baik terhadap faktor tersebut. Dan juga peringkat yang merupakan pengalihan antara bobot dan nilai dari masing-masing perusahaan, perusahaan yang memiliki total peringkat yang tertinggi adalah perusahaan yang unggul. Untuk nilai bobot yang diberikan berdasarkan dari hasil kuisioner yang penulis buat.

Dalam hasil perhitungan tersebut terlihat bahwa kopi nako memiliki total peringkat yang lebih unggul, kopi nako memiliki cita rasa produk yang lebih unggul dibanding peringkat dari kedua pesaing tersebut, dan juga memiliki varian produk, harga, dan pelayanan yang baik yang lebih sedikit baik. Untuk pesaing yang kedua

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



adalah kopi kenangan yang lebih unggul dari kopi soe dikarenakan kopi kenangan memiliki harga total nilai yang lebih baik dari kedua pesaing tersebut serta memiliki cita rasa serta lokasi strategis yang lebih baik. Dan yang ketiga adalah kopi soe yang memiliki total peringkat paling bawah tetapi kopi soe memiliki keunggulan dari segi promosi yang menarik dari kedua pesaing tersebut, kemudian memiliki varian dan harga yang terbilang cukup baik.

Dari hasil perhitungan Competitive Profile Matrix secara keseluruhan Kopi nako lebih unggul dari kopi kenangan dan juga kopi kenangan lebih unggul dari kopi soe dari perhitungan hasil total peringkat, mereka sama-sama memiliki keunggulan yang berbeda-beda..

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Menurut Philip Kotler dan Gray 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 tersebut terdapat kendala pemasaran yang kurang baik, maka perusahaan perlu meneliti kekurangan-kekurangan yang dimiliki dalam bidang pemasaran. Hal ini perlu diperhatikan agar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (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 IBI IKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI IKKG.



tidak membuat perusahaan menjadi kalah saing dan mundur dibandingkan para pesaing lainnya.

Opportunities adalah gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu perusahaan dan gambar 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.

Berikut ini adalah analisis SWOT dari LUCKY COFFEE BEAN:

1. Kekuatan (*Strength*):
 - a. LUCKY COFFEE BEAN memiliki variasi dan cita rasa yang khas dari macam jenis minuman kopi, kopi *flavour*, frappe, dan minuman teh lainnya. Walaupun minumannya hampir sama dengan para pesaingnya tetapi LUCKY COFFEE BEAN tetap menjaga kualitas cita rasa secara konsisten yang dimiliki dengan baik. Dengan menjaga kualitas cita rasa secara konsisten maka semua hasil minuman akan menghasilkan sebuah minuman yang baik. LUCKY COFFEE BEAN pun memiliki beberapa biji kopi yang berbeda-beda tergantung pesanan yang dipesan oleh konsumen serta bahan baku yang selalu *fresh* karena setiap minuman akan dibuat dari biji kopi utuh yang akan di *grinder* terlebih dahulu dan kemudian disajikan.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- b. Menyediakan fasilitas wifi yang cepat sehingga pelanggan merasa nyaman saat berada di LUCKY COFFEE BEAN.
- c. Tema tempat yang dimiliki oleh LUCKY COFFEE BEAN adalah rumah industrial, jadi suasana yang ditawarkan oleh LUCKY COFFEE BEAN sama seperti desain rumah industrial sehingga konsumen pun dapat merasa nyaman saat sedang mengerjakan tugas, nongkrong, ataupun berkumpul dengan keluarga,, juga memiliki ruang *outdoor* yang luas dan spot foto untuk konsumen dapat berfoto-foto serta lingkungan yang masih hijau dengan banyak tanaman-tanaman.
- d. LUCKY COFFEE BEAN juga menggunakan teknologi yang modern untuk memproduksi dan juga mesin-mesin yang di miliki oleh LUCKY COFFEE BEAN adalah mesin kelas menengah keatas.
- e. Memiliki promo-promo yang semenarik mungkin. Dan juga pembayaran *cashless*.
- f. Lokasi yang strategis dikarenakan berada di pusat kota bogor dan juga dekat dari keluar jalan tol.

2. Kelemahan (*Weakness*):

- a. LUCKY COFFEE BEAN memiliki nama yang masih belum terlalu terkenal di kalangan masyarakat dikarenakan baru membuka kedai kopi nya dan dapat kalah bersaing oleh pesaing yang sudah lebih lama.
- b. Promosi yang belum terlalu besar serta maksimal.

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.



3. Peluang (*Opportunities*)

- a. Di kota bogor masyarakatnya masih gemar untuk menongkrong sambil menikmati minuman kopi, serta target pasar yang luas.
- b. Membuka usaha di daerah padjajaran yang terbilang di pusat kota yang ramai dan dekat jalan keluar tol.
- c. Kolaborasi dengan brand kopi yang terlebih dahulu sudah terkenal dan lama.
- d. LUCKY COFFEE BEAN memanfaatkan pertumbuhan teknologi yang modern dalam menjalankan produksinya. Pertumbuhan teknologi tersebut seperti aplikasi online dan media sosial yang sangat marak di Indonesia menjadi peluang untuk LUCKY COFFEE BEAN dalam mengenalkan dan mempromosikan produknya melalui sosial media untuk mendapatkan lebih banyak lagi konsumen.

4. Ancaman (*threats*)

- a. Banyak usaha kedai kopi sejenis di daerah bogor, dan mudah dimasuki karena inovasi dan produk yang lebih menarik.
- b. Ketersediaan bahan baku yang tidak stabil.
- c. Iklim di kota bogor yang terkenal dengan kota hujan.
- d. Biji kopi adalah bahan baku utama dalam kedai kopi, oleh karena itu biji kopi yang tidak *fresh* atau buruk dapat berpengaruh terhadap kualitas rasa minuman kopi yang disajikan kepada konsumen, maka dari itu pemilihan biji kopi dengan kualitas yang baik sangatlah diperlukan. Kualitas biji kopi yang buruk dapat menjadi sebuah ancaman usaha bagi LUCKY COFFEE BEAN, oleh karena itu harus

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.



selalu memilih kualitas biji kopi baik untuk digunakan sebelum diolah menjadi minuman jadi untuk dijual kepada para konsumen.

Tabel 3.3

Analisis SWOT MATRIX LUCKY COFFEE

SWOT	<p>Kekuatan (<i>Strength</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> memiliki variasi dan cita rasa yang khas serta bahan baku yang selalu <i>fresh</i>. Menyediakan fasilitas wifi yang cepat sehingga pelanggan merasa nyaman saat berada di kedai kopi. Tema tempat yang dimiliki adalah rumah industrial dan juga nyaman. menggunakan teknologi yang modern untuk memproduksi. Memiliki promo-promo yang semenarik mungkin dan pembayaran <i>cash</i> dan <i>cashless</i>. Lokasi yang strategis dikarenakan berada di pusat kota bogor dan juga dekat dari keluar jalan tol. 	<p>mahan (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> memiliki nama yang masih belum terlalu terkenal di kalangan masyarakat dikarenakan baru membuka kedai kopi nya dan dapat kalah bersaing oleh pesaing yang sudah lebih lama. Promosi yang belum terlalu besar serta maksimal.
	<p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> Di kota bogor masyarakatnya masih gemar untuk menongkrong sambil menikmati kopi, serta target pasar yang luas. Membuka usaha di daerah padjajaran yang terbilang di pusat kota yang ramai dan dekat jalan keluar tol. Kolaborasi dengan brand kopi yang terlebih dahulu. sudah terkenal dan lama. 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> menciptakan produk yang variatif dan inovatif.(S1,S4,O3). Menyediakan fasilitas yang lengkap dan baik(S2,O2). Promo-promo menarik pada saat event tertentu.(S5,O4)

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



<p>4. memanfaatkan pertumbuhan teknologi yang modern dalam menjalankan produksinya yaitu sosial media dalam mengenalkan dan mempromosikan produknya melalui sosial media untuk mendapatkan lebih banyak lagi konsumen.</p>	<p>4. Aktif dalam sosial media (S1,S3,S4,S5,O1,O2,04). 5. Lokasi yang dapat di jangkau. (S6,O1,O2)</p>	
<p>Ancaman (<i>Threat</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak usaha kedai kopi sejenis di daerah bogor, dan mudah dimasuki karena inovasi dan produk yang lebih menarik. 2. Ketersediaan bahan baku yang tidak stabil. 3. Iklim di kota bogor yang terkenal dengan kota hujan. 4. biji kopi yang tidak <i>fresh</i> atau buruk dapat berpengaruh terhadap kualitas rasa minuman kopi yang disajikan kepada konsumen, maka dari itu pemilihan biji kopi dengan kualitas yang baik sangatlah diperlukan. 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas bahan baku yang baik secara konsisten dan selalu berinovasi (S1,T4). 2. Menjalin hubungan yang baik dengan pemasok biji kopi (S1,T4). 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun citra yang baik untuk produk yang dihasilkan (W1,W2,T1,T3,T4). 2. Konsisten dalam menjalankan bisnis dari segi kualitas dan juga pelayanan.(W2,T1,T2,T4).

Sumber: LUCKY COFFEE BEAN

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.