



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Analisis industri dan pesaing ini perlu dilakukan oleh pemilik bisnis sebelum membuka atau membuat suatu usaha, agar calon pemilik bisnis dapat mengetahui serta melihat gambaran tentang situasi yang dihadapi dan persaingan industri sejenis. Dengan melakukan analisis industri dan pesaing, diharapkan calon pemilik bisnis dapat mengidentifikasi pesaing terkuat dan melihat peluang usaha. Sehingga calon pembisnis dapat meningkatkan nilai usaha dan menjadikannya lebih unggul dan berbeda dari perusahaan milik pesaing. Analisis industri dan pesaing ini, juga bertujuan agar calon pemilik bisnis dapat menyusun strategi yang baik dan kuat dalam menjalankan usahanya nanti.

#### 3.1 Tren dan Pertumbuhan Industri

Pertumbuhan pada sektor industri kuliner di Indonesia berkembang pesat dan luas. Di Indonesia, pada setiap daerah memiliki kuliner yang khas dengan keunikannya masing – masing, dengan kekhasannya tersebut dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat, bahkan banyak wisatawan dari luar negeri yang datang ke Indonesia untuk mencicipi makanan khas dari Indonesia ini. Dengan munculnya berbagai macam produk makanan dan minuman yang unik dan menarik, terdapat tren – tren kuliner dan wisata kuliner yang bersebaran saat ini menggambarkan gaya hidup masyarakat yang konsumtif terhadap pangan dan sekaligus menjadi bukti bahwa bisnis kuliner berkembang dengan pesat di Indonesia.

Banyak sebuah restoran atau perusahaan yang mulai membuka bisnis makanan dan minuman dan melakukan promosi melewai *TikTok* dan *Instagram*, melalui para *food vlogger* dan *influencer* ternama yang handal pada bidangnya



masing – masing, hal ini dilakukan oleh sebuah bisnis atau perusahaan guna untuk memikat perhatian dari masyarakat luas untuk membeli dan mencoba produk yang mereka tawarkan. Hal ini merupakan salah satu yang membuat tren bisnis pada industri kuliner di Indonesia semakin kuat dan meningkat ke seluruh mancanegara.

Bisnis membuat sebuah restoran yang mempunyai sebuah ciri khas dan rasa yang otentik sedang berkembang di Indonesia pada saat ini, banyak restoran yang bermunculan dengan ide, ciri khas serta konsep – konsep yang berbeda – beda. Banyak tren makanan yang mulai bermunculan beberapa tahun belakangan ini, seperti ayam geprek, nasi ayam sambal matah, nasi ayam telur asin, nasi mentai dan sebagainya, akan tetapi tren makanan seperti itu juga mudah surut atau bersifat sementara. Tetapi, banyak restoran yang sudah berdiri bertahun – tahun lamanya dan masih tetap ramai di kalangan masyarakat, berdasarkan penelitian penulis pada akhirnya masyarakat akan lebih memilih makanan yang sederhana dan sudah ada sejak lama, dikarenakan rasanya yang enak dan terjamin, tidak perlu mencoba – coba, serta kebanyakan masyarakat sudah mengetahui rasa dasar dari makanan tersebut, sebagai contoh bakmie ayam, bakso solo, bakso malang, ketoprak, gado – gado, nasi kuning, nasi uduk dan sebagainya.

Pertumbuhan pada industri makanan dan minuman terus berkembang pada setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada kuartal II/2021, menyatakan bahwa industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 2,95% secara tahun ke tahun, naik dari 2,45% pada triwulan sebelumnya. Sedangkan secara *quarter – to – quarter* industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 2,37%. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210906/257/1438655/2021-kemenperin-patok-pertumbuhan-industri-mamin-5-persen>

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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



### 3.2 Analisis Pesaing

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Analisis pesaing merupakan sebuah proses dimana pemilik bisnis atau usaha mengetahui, mengenali dan menilai pesaing utamanya. Dengan melakukan analisis pesaing, dapat mengetahui kelemahan dan kelebihan dari pesaing, sehingga pemilik bisnis mengetahui kemampuannya dalam bersaing. Sebuah bisnis atau perusahaan membutuhkan data dan informasi mengenai data perusahaan pesaingnya yang berguna untuk menyusun dan merencanakan strategi pemasaran yang digunakan untuk bersaing. Sebuah bisnis atau perusahaan memerlukan data dan informasi untuk perbandingan harga, produk, saluran distribusi dan promosi apa yang digunakan oleh pesaing.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis sebagai pemilik dari *Eat Mie Bakmie Ayam* baik secara langsung maupun tidak secara langsung, telah ditetapkan beberapa pesaing potensial yang menawarkan produk yang sejenis dengan *Eat Mie Bakmie Ayam*. Berikut adalah pesaing – pesaing dari *Eat Mie Bakmie Ayam* :

#### a. Bakmi Ayam Tuan Muda

Harga : Rp 15.000,00 – Rp. 40.000,00

Lokasi : Jl. Cawang Baru No.31, RT.9/RW.9,  
Cipinang Cempedak, Kecamatan Jatinegara, Kota Jakarta Timur, Daerah  
Khusus Ibukota Jakarta 13340

Kualitas Produk : Baik Sekali

Promosi : Cukup

Kenyamanan Tempat : Baik

#### b. Bakmi Ono

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.



Harga	: Rp 17.000,00 – Rp. 36.000,00
Lokasi	: Blok O1, Jl. Raya Klp. Kopyor, RT.17/RW.12, East Kelapa Gading, Kelapa Gading, North Jakarta City, Jakarta 14240
Kualitas Produk	: Baik
Promosi	: Cukup
Kenyamanan Tempat	: Baik

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### 3.3 Analisis PESTEL

Analisis PESTEL ((*Politic, Economic, Social, Technology, Environment dan Legal*)) merupakan sebuah analisis yang dilakukan secara eksternal berada pada luar perusahaan yang berguna untuk menjadikan adanya sebuah peluang agar sebuah bisnis atau perusahaan dapat berkembang atau dapat menjadi sebuah ancaman bagi jalannya aktivitas sebuah bisnis. Dengan melakukan analisis PESTEL ini, sebuah bisnis atau perusahaan dapat mengetahui segala risiko yang mungkin akan timbul serta mengetahui segala potensi yang ada pada suatu bisnis atau perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan eksternal dari bisnis atau perusahaan tersebut.

Dengan mengetahui dan memahami segala jenis risiko yang berkaitan dengan pertumbuhan serta penurunan pada usaha, potensi, posisi serta arahan strategis untuk bisnis, perusahaan atau bisnis tersebut mendapatkan kesempatan yang lebih baik untuk dapat berkembang pesat dan maju. Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap *Eat Mie Bakmie Ayam* yang dilakukan oleh penulis :

#### a. Politik (*Politic*)

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Politik merupakan salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi jalannya suatu bisnis. Faktor politik biasanya membahas tentang masalah hukum yang sedang berlaku, kebijakan – kebijakan dari pemerintah serta aturan formal maupun informal pada lingkungan dimana perusahaan atau bisnis tersebut melakukan kegiatannya.

Kondisi politik pada sebuah bisnis atau perusahaan berkaitan erat dengan kebijakan pemerintahan di Indonesia. peraturan dan kebijakan pemerintah dapat mempengaruhi kalannya suatu bisnis. Setiap bentuk usaha yang ada, UMKM, mikro, kecil maupun besar mendapatkan kemudahan dari pemerintah dalam mengurus peijinan usaha dengan kondisi politik Indonesia saat ini, khususnya pada UMKM. Masalah perijinan usaha tidak akan menjadi masalah dalam mendirikan usaha di industri *food and baverages* kedepannya.

#### b. Ekonomi (*Economic*)

Pada sektor ekonomi, ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi sebuah bisnis atau perusahaan tersebut, yakni strandar nilai tukar, pertumbuhan ekonomi, tingkat inflasi dan tingakt suku bunga. Berdasarkan hasil rapat kerja pemerintah bersama Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) komisi XI, telah menyetujui besaran Asumsi Dasar Ekonomi Makro dan Target Pembangunan dalam dokumen negara KEM.PPKF RAPBN Tahun 2022 Kerangka Ekonomi Makro dan Pokok-Pokok Kebijakan Fiskal (KEM PPKF) kepada Komisi XI disepakati bahwa pertumbuhan ekonomi sebesar 5.2-5.8% dengan tingkat inflasi sebesar 2-4%

<https://fiskal.kemenkeu.go.id/baca/2021/06/09/215641112515761->

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pemerintah-dan-dpr-sepakati-asumsi-dasar-ekonomi-makro-dan-target-pembangunan.

Pada tahun ini, pemerintah telah memprediksikan bahwa konsumsi masyarakat tumbuh menjadi lebih baik, seiring dengan adanya inflasi yang cukup rendah. Dengan adanya peningkatan pada perekonomian, maka masyarakat akan cenderung memiliki daya beli yang lebih tinggi. Oleh karena itu, dengan adanya hal tersebut, dapat memberikan keuntungan bagi para pengusaha, salah satunya adalah *Eat Mie Bakmie Ayam*.

**c. Social (Social)**

Sosial budaya merupakan salah satu faktor yang penting dalam dunia berbisnis ini, dikarenakan kegiatan sosial merupakan sebuah hal yang sangat erat hubungannya dengan gaya dan perilaku hidup masyarakat maupun konsumen. Perilaku konsumen itu sendiri mempengaruhi pola sikap, pola pikir serta pola tindak dari masing – masing pribadi dan individu terhadap berbagai macam kondisi yang dihadapi. Gaya hidup dan tren di kalangan masyarakatlah yang menjadi sebuah aspek utama dari faktor sosial.

Melihat dari lingkungan sosial, pada era modern ini masyarakat gemar mencicipi tren makanan baru ataupun sebuah restoran baru berdiri dengan memiliki konsep dan ide yang unik, akan tetapi kebanyakan tren – tren makanan yang bermunculan memiliki sifat yang sementara tidak permanen, banyak restoran yang sudah berdiri sejak lama tetapi masih ramai dengan pengunjung, hal ini disebabkan oleh cita rasa dan keunikan pada makanan tersebut. Masyarakat pada jaman sekarang juga lebih



gemar untuk memesan makanan melalui aplikasi *online food* seperti *GoFood*, *GrabFood*, *ShopeeFood* maupun *TravelokaEats*, karena praktis dan hemat waktu.

Oleh karena itu sebagai permulaan *Eat Mie Bakmie Ayam* membuka restoran bakmie ayam dan menjualnya melalui aplikasi *online food* yaitu, *GoFood*, *GrabFood* dan *ShopeeFood*. yang diharapkan kedepannya akan berkembang dan membuka tempat usaha secara luring.

#### d. Teknologi (*Technology*)

Perkembangan teknologi di Indonesia sangatlah pesat dan dengan adanya teknologi pada era modern ini memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat. Hanya dengan menggunakan sebuah telepon pintar (*smartphone*) sekarang dapat mengakses banyak hal dan melakukan banyak aktivitas dan kegiatan, seperti membaca bercerita, mencari hiburan, telepon, mengirim pesan, membuka media sosial, membayar tagihan, isi pulsa sampai berbelanja. *Gadget* dan *Internet* merupakan salah satu contoh teknologi yang sangat berpengaruh bagi masyarakat hampir seluruh dunia, dikarenakan hampir semua orang memiliki *gadget* yang dapat mengakses *internet* dan *media social*.

Hal tersebut menjadikan sebuah peluang untuk pengusaha dalam meningkatkan *brand awareness* keseluruhan masyarakat serta dapat mempromosikan produk yang ditawarkan kepada masyarakat luas. *Eat Mie Bakmie Ayam* memanfaatkan *platform digital* seperti aplikasi *online food*, media sosial seperti *Instagram* dan *TikTok* untuk mempromosikan *Eat Mie Bakmie Ayam*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



#### e. Lingkungan (*Environment*)

Dalam membangun sebuah bisnis atau usaha, memilih dan menentukan lokasi usaha yang tepat dan strategis dapat memberikan dampak yang baik bagi jalannya proses sebuah bisnis atau perusahaan.

Dengan memilih lokasi petempatan usaha yang tepat maka dapat memberikan kesempatan untuk sebuah perusahaan atau bisnis tersebut bertahan dan berkembang pesat. Kondisi lingkungan itu sendiri sangat menentukan jalannya suatu bisnis apakah bisnis yang didirikan apakah dapat berjalan dengan baik atau sebaliknya. Lingkungan tempat usaha karena harus memiliki dampak dan sifat yang positif yang berguna untuk keberlangsungan suatu bisnis atau perusahaan kedepannya.

Lokasi yang strategis untuk membuka usaha pada bidang industri makanan tentu sangat berdampak bagi usaha yang didirikan, dengan membuka tempat makan yang memiliki akses yang mudah atau merupakan sebuah Kawasan kuliner pada sebuah daerah tertentu tentunya sangat mendorong proses pertumbuhan dari usaha yang dijalankan.

Pendirian *Eat Mie Bakmie Ayam* sekarang masih dilakukan secara daring atau *online* yang berjualan melalui aplikasi *online food* dan masih merupakan industri rumahan, maka dari itu *Eat Mie Bakmie Ayam* melakukan penjualan di rumah pribadi milik penulis dan untuk kedepannya *Eat Mie Bakmie Ayam* akan membuka sebuah bangunan usaha yakni tempat makan disebuah tempat yang berlokasi di Kelapa Gading, Jakarta Utara yang juga merupakan kawasan kuliner di daerah tersebut.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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





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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**f. Hukum (*Legal*)**

Faktor hukum merupakan sebuah faktor yang harus diketahui oleh setiap pengusaha ataupun pembisnis sebelum menjalankan usahanya. Faktor – faktor ini meliputi segala legalitas yang diperlukan untuk mendirikan sebuah usaha agar bisnis tersebut dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya hambatan dari faktor hukum. Legalitas yang dibutuhkan untuk mendirikan sebuah usaha adalah dokumen mengurus Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) pemilik usaha, mengurus akta pendirian usaha, mendaftarkan akta pendirian usaha, mengurus NPWS atas nama badan perusahaan, pengurusan NIB, lalu mengurus perizinan lainnya seperti izin komersil, Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK), pendaftaran BPJS dan BP Jamsostek untuk karyawan tetap serta pengurusan sertifikasi HALAL.

.izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) merupakan tanda legalitas kepada seseorang atau pelaku usahas dan kegiatan tertentu dalam bentuk izin usaha mikro dan kecil pada 1 lembar dokumen. IUMK itu sendiri memiliki tujuan untuk memberikan sebuah kepastian hukum dan sarana pemberdayaan bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (PUMK) dan mengembangkan usahanya. Syarat untuk memperoleh UMK adalah sebagai berikut :

- 1) Surat pengantar dari RT atau RW terkait lokasi usaha
- 2) Kartu Tanda Penduduk (KTP)
- 3) Kartu Keluarga (KK)
- 4) 2 lembar pas foto terbaru berwarna ukuran 4x6 cm



5) Mengisi formulir yang memuat (nama, nomor KTP, nomor telepon, alamat, kegiatan usaha, sarana usaha yang digunakan dan jumlah modal usaha).

Selain itu *Eat Mie Bakmie Ayam*

Surat dan dokumen diatas adalah faktor legal yang harus dimiliki oleh *Eat Mie Bakmie Ayam* .

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

### 3.4 Analisis Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (*Five Forces Business Model*)

Menurut Fred R. David (2016:229), "*Porter's five forces model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries*". Yang memiliki arti adalah sebuah pendekatan yang dapat digunakan secara luas guna untuk mengembangkan strategi – strategi dari berbagai industri.

Gambar 3.1

#### Lima Kekuatan Persaingan Model Porter



Sumber : Fred R. David dan Forest R. David ( 2016 : 229 ), *Strategic Management*



a. **Competitive Rivalry (Persaingan antar perusahaan yang ada)**

Membuat usaha di sebuah negara manapun tidak akan luput dari hadirnya pesaing yang telah bermain pada industri yang sama. Tekanan paling besar dari kelima kekuatan pada kebanyakan industri merupakan persaingan yang ada antara perusahaan yang bersaing dalam sebuah pasar tertentu. Setiap bisnis atau perusahaan yang berjalan akan saling bersaing untuk mendapatkan keunggulan dan kekuasaan dalam menguasai pasar tertentu. Ketika sebuah bisnis atau perusahaan menciptakan sebuah inovasi atau pengembangan pada suatu strategi yang unik dan mengubah pasar, bisnis pesingnya harus dapat beradaptasi serta menghadapi risiko akan adanya keluar dari bisnisnya atau gulung tikar. Tekanan seperti ini yang membuat sebuah pasar sebagai tempat yang dinamis dan juga kompetitif.

Tingginya persaingan dalam sebuah industri ditandai dengan jumlah industri yang sejenis dan bersaing dalam lingkup area usaha tersebut, persaingan antar industri bagi *Eat Mie Bakmie Ayam* merupakan persaingan yang cukup tinggi, karena pada area *Eat Mie Bakmie Ayam* berdiri decara daring dan maupun secara luring kedepannya terdapat banyak penjual bakmie ayam disekitarnya. Akan tetapi *Eat Mie Bakmie Ayam* yakin dengan keunggulan yang dimiliki yaitu pada cita rasa yang berkualitas dan enak, memiliki ciri khas sendiri yang pastinya akan disukai oleh masyarakat luas.

b. **Threat of New Entrances (Ancaman Pendetang Baru)**

Dengan adanya pendatang baru, maka semakin banyak pesaing dari usaha yang dijalankan, oleh karena itu perlu dilakukan sebuah analisis pesaing kembali guna untuk meningkatkan tingkat kepekaan perusahaan

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.



terhadap hal – hal buruk yang mungkin akan timbul dan menyusun serta mempersiapkan strategi untuk bersaing melawan perusahaan pesaing.

*Eat Mie Bakmie Ayam* merupakan sebuah bisnis yang bergerak pada bidang industri kuliner yang pada umumnya dapat dengan mudah ditiru oleh banyak yang juga ingin membuka usaha pada bidang kuliner yang sejenis, yang mengakibatkan ancaman dari datangnya pendatang baru adalah cukup tinggi. Oleh karena itu, memungkinkan adanya pesaing baru yang menggunakan daftar makanan dan minuman yang sama cukup besar. Dengan begitupun peluang untuk konsumen berpindah cukup besar sehingga dapat mengancam keberlangsungan sebuah bisnis.

Untuk mengantisipasi bila adanya pendatang baru yang masuk dan menjadi pesaing, maka *Eat Mie Bakmie Ayam* akan terus berinovasi dan berkembang serta memberikan banyak promosi untuk menarik perhatian masyarakat, serta terus meningkatkan kualitas dari segi makanan dan pelayanan yang diberikan.

**c. *Bergaining Power of Suppliers* (Kekuatan Tawar Menawar Pemasok)**

Pemasok merupakan salah satu faktor utama dan penting dalam keberlangsungan sebuah kegiatan usaha. Pemasok itu sendiri memiliki peran dalam memenuhi kebutuhan *Eat Mie Bakmie Ayam* secara jangka panjang dalam pengadaan bahan baku yang diperlukan.

*Eat Mie Bakmie Ayam* selalu memberikan bahan baku yang berkualitas dan harga yang sesuai untuk diproses menjadi produk jadi dan disajikan kepada konsumen. Hubungan yang baik dan dapat bekerja sama antar pemasok dan pembeli adalah penting bagi kelangsungan usaha. Dengan adanya hubungan yang baik maka, bahan baku yang didapatkan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

akan selalu berkualitas dan jaminan pengantaran bahan baku yang tepat waktu.

*Eat Mie Bakmie Ayam* juga memiliki pemasok cadangan yang berguna jikalau pemasok utama sedang mengalami masalah baik sengaja maupun tidak sengaja, agar *Eat Mie Bakmie Ayam* dapat terus beroperasi dengan lancar. Kualitas bahan baku yang tinggi juga dapat menjadikan keunggulan dalam menghadapi pesaing yang sejenis. Jadi, dapat disimpulkan bahwa daya tawar pemasok *Eat Mie Bakmie Ayam* adalah sedang.

**d. *Bergaining Power of Customer* (Kekuatan Tawar Menawar Pembeli)**

Seorang konsumen pasti akan mencari produk sesuai dengan kebutuhan dengan harga yang terbaik menurut konsumen tersebut. Oleh karena itu, diperlukannya sebuah daya tarik untuk mengambil perhatian dari konsumen serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Daya tawar pembeli terhadap *Eat Mie Bakmie Ayam* adalah sedang, dikarenakan banyak usaha yang sejenis di daerah *Eat Mie Bakmie Ayam* berdiri.

Daya tarik khusus yang dimiliki oleh *Eat Mie Bakmie Ayam* adalah cita rasa yang diberikan, memiliki keunikan dan otentik yang hanya dimiliki oleh *Eat Mie Bakmie Ayam*. *Eat Mie Bakmie Ayam* juga menawarkan dua topping ayam mulai dari menu paling sederhana, sedangkan hampir semua restoran bakmi menawarkan dua topping ayam pada menu special atau *specialty* dari restoran tersebut. Serta *Eat Mie Bakmie Ayam* juga memberikan kualitas dan harga yang sesuai.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



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



e. **Threat of Substitutes (Ancaman Produk Substitusi)**

Pada sebuah bisnis atau usaha, dapat dipastikan akan selalu muncul sebuah produk pengganti, maka perusahaan harus terus bersaing bukan hanya dengan perusahaan dengan produk yang sejenis melainkan juga bersaing dengan sebuah produk substitusi atau biasa disebut sebagai produk pengganti. Produk substitusi itu sendiri dapat menjadi sebuah ancaman yang cukup kuat bagi sebuah perusahaan jika produk atau jasa yang ditawarkan dapat menjadi alternatif yang cukup baik atau bahkan lebih baik serta menjadi alternatif bagi konsumen.

Walaupun dalam dunia kuliner ancaman produk pengganti juga bisa saja terjadi, namun menurut penulis ancaman produk substitusi pada *Eat Mie Bakmie Ayam* tergolong rendah.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.5 Analisis Faktor – Faktor (CPM)

Menurut Fred R. David (2016:236) , “*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 mempunyai arti bahwa CPM merupakan sebuah alat manajemen strategis yang cukup penting sebagai pembanding perusahaan dengan para pesaing di dalam sebuah industri yang sama, dikarenakan dalam analisis CPM ini sebuah perusahaan akan mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

Dalam analisis CPM, analisis dilakukan secara keseluruhan, baik merupakan faktor eksternal dan internal. Hal ini berbeda dengan penilaian kondisi internal dan eksternal melalui *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan *External Factor*

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.



*Evaluation (EFE)*. Berikut merupakan komponen – komponen yang terdapat dalam metode *Competitive Profile Matrix* :

**a. Critical Success Factor**

Faktor ini merupakan sebuah penentu dari sebuah keberhasilan yang diambil setelah melakukan analisis yang mendalam dari lingkungan eksternal maupun internal dari sebuah bisnis atau perusahaan

. Pada setiap bisnis atau perusahaan pastinya memiliki beberapa keuntungan dan kerugiannya masing – masing baik di secara internal maupun external dari bisnis atau perusahaan tersebut.

Jika sebuah perusahaan memiliki rating yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa strategi perusahaan telah dilakukan dengan baik dan benar, sedangkan sebaliknya jikalau perusahaan mendapatkan rating yang rendah, maka strategi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan belum berhasil atau belum cukup baik.

**b. Weight (Bobot)**

Faktor bobot pada *Competitive Profile Matrix (CPM)* menunjukkan tentang adanya sebuah kepentingan relatif berdasarkan faktor kesuksesan yang ada pada dalam sebuah bisnis atau industri perusahaan.

Jikalau berat maka ada pada 0,0 (yang memiliki arti tidak penting) sedangkan 1,0 (yang memiliki arti penting), maka jumlah semua berat yang dihitung atau ditotalkan dari seluruh faktor harus sama dengan 1,0.

Jikalau total perhitungan bukanlah 1,0 maka terjadi sebuah kesalahan dalam meletakkan bobot tersebut pada salah satu atau beberapa faktor serta hal tersebut harus diperbaiki.





### c. **Rating (Peringkat)**

Peringkat pada *Competitive Profile Matrix (CPM)* menggambarkan respon dari sebuah perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan dari sebuah usaha. Semakin tinggi rating yang didapatkan maka menunjukkan respon yang baik dari perusahaan terhadap *Competitive Profile Matrix (CPM)*, dan jikalau sebaliknya bila rating yang didapatkan adalah rendah maka akan menunjukkan respon yang kurang baik dari perusahaan terhadap *Competitive Profile Matrix (CPM)*. Peringkat dengan kisaran antara 1,0 – 4,0 dapat diterapkan untuk beberapa faktor. Ada beberapa poin penting yang berkaitan dengan rating pada *Competitive Profile Matrix (CPM)* :

- 1) Peringkat diterapkan bagi masing – masing faktor yang ada pada sebuah perusahaan.
- 2) Tanggapan paling rendah diwakili oleh 1,0 yang memperlihatkan bahwa tersebut merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan.
- 3) Tanggapan rata – rata diwakili oleh 2,0 yang memperlihatkan bahwa tersebut merupakan sebuah kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.
- 4) Tanggapan di atas rata – rata diwakili oleh 3,0 yang memperlihatkan adanya sebuah kelebihan kecil dari sebuah perusahaan.
- 5) Tanggapan yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut merupakan perusahaan unggul jika diwakili oleh 4,0.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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





**d. Score (Skor)**

Skor merupakan sebuah hasil dari perkalian antara bobot dengan rating dari masing – masing perusahaan.

**e. Total Weighted Score**

Total dari semua nilai sama dengan total dari skor tertimbang, nilai akhir dari total skor yang tertimbang harus pada rentang 1,0 (rendah) ke 4,0 (tinggi). Nilai rata – rata yang tertimbang untuk *Competitive Profile Matrix (CPM)* adalah 2,5 yang dimana setiap perusahaan yang memiliki total skor dibawah 2,5 akan dianggap sebagai perusahaan yang lemah dan apabila total skor yang tertimbang melebihi dari 2,5 maka perusahaan akan dianggap sebagai perusahaan yang kuat. Perbandingan perusahaan dari total *Competitive Profile Matrix (CPM)* merupakan sebuah perusahaan yang memiliki nilai total skor tertimbang yang paling tinggi akan dianggap sebagai pemenang diantara pesaing yang ada. Beberapa faktor kunci keberhasilan penting yang dipertimbangkan oleh *Eat Mie Bakmie Ayam* adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**

***Competitive Profile Matrix Eat Mie Bakmie Ayam***

Critical Success Factor	Bobot	<i>Eat Mie Bakmie Ayam</i>		Bakmi Tuan Muda		Bakmi Ono	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Kualitas Produk	0,3	4	1,2	4	1,2	3	0,9
Lokasi Usaha	0,24	3	0,72	3	0,72	3	0,8
Promosi	0,2	3	0,6	2	0,4	2	0,4
Harga	0,26	4	1,04	4	1,04	3	0,78
Total	1		3,56		3,36		2,88

Sumber : Data yang diolah, *Eat Mie Bakmie Ayam*

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.



Angka bobot yang tertera pada analisis CPM pada tabel 3.1 diatas, didapatkan dari hasil kuesioner responden laki – laki dan perempuan yang berumur 15 tahun sampai dengan 35 tahun.

Berdasarkan perhitungan pada tabel diatas, menunjukkan bahwa *Eat Mie Bakmie Ayam* memiliki 2 pesain yaitu Bakmi Tuan Muda dan Bakmi Ono. Angka yang tertera pada tabel 3.1 diatas menyatakan kelebihan dan kelemahan dari masing – masing perusahaan pada faktor yang ada.

Hasil pada data tabel diatas menunjukkan bahwa *Eat Mie Bakmie Ayam* dapat bersaing dengan kedia toko pesaing yaitu Bakmi Tuan Muda dan Bakmi Ono. *Eat Mie Bakmie Ayam* menduduki peringkat pertama dengan memperoleh total skor tertimbang adalah 3,56. Berikut adalah penjelasan dari tabel 3.1 diatas :

#### a. Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki bobot yang paling besar yaitu 0,30 dimana produk yang berkualitas merupakan sebuah faktor yang penting dalam mendapatkan rasa dan kualitas yang terbaik dari sebuah makanan untuk konsumen. Pada faktor ini *Eat Mie Bakmie Ayam* dan Bakmi Tuan Muda mendapatkan rating 4, dikarenakan bakmi ayam yang disajikan diolah dari bahan baku yang berkualitas. Untuk Bakmi Ono mendapat rating 3 dikarenakan dapat dikatakan rasa yang dimiliki hampir sama sseperti bakmi ayam yang ditemui di tempat lainnya sehingga tidak terlihat adanya perbedaan yang cukup signifikan.

#### b. Lokasi Usaha

Pada faktor ini memiliki bobot yang cukup besar yaitu 0,24 dikarenakan lokasi usaha yang tepat dan strategis dapat meningkatkan daya tarik beli konsumen serta dapat dijangkau oleh banyak masyarakat.



*Eat Mie Bakmie Ayam*, Bakmi Tuan Muda, dan Bakmi Ono memperoleh peringkat 3 dikarenakan untuk *Eat Mie Bakmie Ayam* memiliki lokasi yang strategis yaitu di dekat pusat kuliner tetapi tidak ramai – ramai dengan pesaing yang lainnya dan untuk saat ini belum membuka tempat usaha secara luring, tetapi akses untuk menjangkau *Eat Mie Bakmie Ayam* sangatlah mudah. Untuk Bakmi Tuan Muda terdapat pada di sebuah daerah yang cukup ramai penjual makanan sehingga memungkinkan akan adanya persaingan yang tinggi, begitupula Bakmi Ono terletak di pusat kuliner di kelapa gading yang pesaing lainnya juga menjual bakmie.

#### c. Promosi

Promosi merupakan sebuah faktor penting dalam pengembangan usaha, karena dengan adanya promosi dapat mencuri perhatian dari para konsumen.

Promosi pada *Eat Mie Bakmie Ayam* mendapatkan peringkat 3, dikarenakan promosi yang dilakukan oleh *Eat Mie Bakmie Ayam* sudah cukup banyak, mulai dari aktif di media sosial, memberikan promosi di aplikasi *online food* dan mengikuti promosi berbayar di *Instagram*. Sedangkan untuk Bakmi Tuan Muda dan Bakmi Ono mendapatkan peringkat 2 dikarenakan kurangnya promosi dan tidak aktif di media sosial sehingga agak sulit untuk mencari keberadaannya di era dunia serba *digital* sekarang.

#### d. Harga

Harga juga merupakan salah satu faktor penting penentu keberhasilan sebuah usaha, jika terlalu mahal dan tidak sesuai dengan kualitas 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.



diberikan maka usaha tersebut bisa mengalami kegagalan. Dengan penetapan harga yang benar akan membantu sebuah bisnis dalam menjalankan aktivitas bisnisnya tersebut.

Harga pada *Eat Mie Bakmie Ayam* dan *Bakmi Tuan Muda* mendapatkan peringkat 4 karena harga dan kualitas yang diberikan sesuai, serta harga yang diberikan merupakan standar dari bakmi ayam dengan khas *oriental*. Untuk *Bakmi Ono* mendapatkan peringkat 3 karena harga yang diberikan terlalu murah disbanding pesaing lainnya, sedangkan bakmie yang dijual merupakan bakmie ayam dengan khas *oriental*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### 3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (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).*”

*Strengths* atau kekuatan merupakan sebuah kondisi yang menunjukkan dimana letak kekuatan suatu bisnis atau perusahaan pada saat ini. Dalam menganalisis kekuatan diperlukan sebuah pembandingan, dengan membandingkan perusahaan dengan pesaing. Jika kekuatan perusahaan tersebut memiliki keunggulan dalam pelayanannya, maka keunggulan tersebut dapat dimanfaatkan sebaik mungkin untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat pelayanan yang lebih baik.

*Weakness* atau kelemahan merupakan sebuah kondisi yang menggambarkan kelemahan pada sebuah bisnis atau perusahaan pada saat ini. Kelemahan tersebut dapat menjadi sebuah kendala yang bersifat cukup serius dalam kemajuan dan

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.



perkembangan pada suatu perusahaan. Jikalau sebuah perusahaan terdapat kendala dalam kualitas produk yang diberikan, maka perusahaan tersebut perlu meneliti setiap kekurangan – kekurangan yang dimilikinya dalam bidang kualitas produk tersebut. Hal ini perlu diteliti lebih mendalam guna agar tidak membuat perusahaan mundur atau bahkan gulung tikar serta kalah saing dari para pesaing lainnya.

*Opportunities* atau peluang yang menggambarkan sebuah kesempatan yang berada pada sisi luar sebuah perusahaan dan peluang tersebut dapat memberikan sebuah kesempatan agar sebuah bisnis atau perusahaan berkembang dan maju pada masa yang akan datang. Peluang tersebut dapat dimanfaatkan oleh sebuah bisnis atau perusahaan guna untuk membantu dalam mencapai visi, misi, dan tujuannya dalam jangka yang panjang.

*Threats* yang merupakan sebuah gambaran ancaman dari sebuah perusahaan dalam menjalankan sebuah usaha. Dengan sebuah perusahaan melakukan analisis ancaman, perusahaan tersebut dapat menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang sifatnya adalah tidak menguntungkan bahkan merugikan perusahaan tersebut. Metode analisis ancaman ini sangat bermanfaat guna untuk mengetahui apa permasalahan dari 4 sisi yang berbeda – beda. Hasil dari analisis ini dapat berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk terus menambahkan keuntungan pada sebuah perusahaan. Selain itu metode ini juga dapat membantu para pembisnis untuk melihat sisi – sisi yang biasanya tidak terlihat atau diabaikan dari sebuah perusahaan. Berikut adalah analisis SWOT dari *Eat Mie Bakmie Ayam* :

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



### a. Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan merupakan sebuah kondisi yang dimiliki oleh sebuah perusahaan agar dapat mengetahui dimanakah faktor kekuatan yang dimiliki dibandingkan dengan pesaing yang ada. Kekuatan dari *Eat Mie Bakmie Ayam* :

- 1) Produk yang berkualitas dan memiliki cita rasa yang tinggi, *Eat Mie Bakmie Ayam* menggunakan bahan baku yang berkualitas dan disajikan oleh tenaga kerja yang berpengalaman pada bidangnya, serta resep yang dipakai merupakan resep keluarga yang sudah diuji rasanya.
- 2) Lokasi usaha yang strategis berada di daerah Kelapa Gading, Jakarta Utara dan mudah di akses, serta berada dekat dengan kawasan kuliner di Kelapa Gading.
- 3) Harga terjangkau yang diberikan oleh *Eat Mie Bakmie Ayam*, harga yang diberikan juga sesuai dengan kualitas yang diberikan.
- 4) Promosi yang diberikan oleh *Eat Mie Bakmie Ayam* merupakan promosi yang sudah cukup memuaskan karena *Eat Mie Bakmie Ayam* suka memberi potongan harga.

### b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan merupakan sebuah kondisi dari sebuah perusahaan yang menggambarkan kekurangan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Kelemahan merupakan sebuah kendala yang cukup serius dan harus diperhatikan agar tidak mengakibatkan kemunduran. Berikut Kelemahan oleh *Eat Mie Bakmie Ayam* :

- 1) Merek yang belum dikenal oleh masyarakat luas.

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.



- 2) Untuk sekarang *Eat Mie Bakmie Ayam* belum memiliki tempat usaha secara luring.

**c. Peluang (*Opportunities*)**

Peluang merupakan sebuah kondisi dimana sebuah perusahaan memiliki sebuah kesempatan untuk dapat berkembang pada masa yang akan datang. Peluang ini dapat datang kapan saja dan jikalau cepat dalam menanggapi peluang tersebut maka akan menjadi sebuah peningkatan yang cukup besar dalam proses bisnis tersebut. Berikut merupakan peluang yang dimiliki oleh *Eat Mie Bakmie Ayam* :

- 1) Gaya hidup masyarakat yang konsumtif
- 2) Teknologi yang selalu berkembang sehingga memudahkan masyarakat untuk mengakses produk.
- 3) Bisnis kuliner di Indonesia yang tidak pernah mati.

**d. Ancaman (*Threats*)**

Ancaman merupakan suatu hal yang bersifat negatif dan harus menemukan solusi secepat mungkin, dikarenakan bila didiamkan terlalu lama akan menimbulkan kerugian. Berikut adalah ancaman yang dihadapi oleh *Eat Mie Bakmie Ayam* :

- 1) Sudah terdapat banyak bisnis kuliner yang membuka usaha bakmie ayam di Jakarta.
- 2) Usaha kuliner bakmie ayam mudah dimasuki oleh pesaing baru
- 3) Terdapat banyak pesaing yang berpengalaman
- 4) Adanya pendatang baru yang memiliki bisnis kuliner jenis yang sama
- 5) Selera masyarakat yang berubah – ubah





Tabel 3.2

Analisis SWOT MATRIX

SWOT	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<p>1. Produk berkualitas dan memiliki cita rasa yang unik.</p> <p>2. Lokasi usaha strategis</p> <p>3. Memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.</p> <p>4. Promosi yang menarik.</p>	<p>1. Merek yang belum dikenal oleh masyarakat luas</p> <p>2. Belum memiliki tempat usaha secara luring.</p>
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
<p>1. Gaya hidup masyarakat yang konsumtif.</p> <p>2. Teknologi yang terus berkembang</p> <p>3. Bisnis kuliner yang tidak pernah mati.</p>	<p>1. Mempekerjakan tenaga kerja dengan <i>skill</i>, agar makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan standar yang diberikan, inovatif dan berkualitas (<b>S1,O1,O3</b>)</p> <p>2. Mempromosikan produk dengan menerapkan diskon pada aplikasi <i>online food</i> (<b>S2, S3, S4,O2</b>)</p>	<p>1. Melakukan promosi lewat media sosial (<b>W1,O1,O2,O3</b>)</p> <p>2. Membuka tempat usaha secara luring agar semakin mudah diakses oleh masyarakat (<b>W1,W2,O1,O3</b>)</p>
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<p>1. Sudah terdapat banyak usaha bakmie ayam di daerah Jakarta.</p> <p>2. Usaha bakmie ayam mudah dimasuki oleh pesaing baru.</p> <p>3. Banyaknya pesaing yang lebih berpengalaman</p> <p>4. Adanya pendatang baru</p> <p>5. Selera masyarakat yang berubah – ubah.</p>	<p>1. Mempunyai ciri khas dan keunikan tersendiri. (<b>S1,T1,T2,T3,T4,T5</b>)</p> <p>2. Meningkatkan promosi untuk menarik perhatian masyarakat lebih baik lagi agar menciptakan sebuah <i>brand awareness</i> yang lebih positif (<b>S3,S4,T1,T2,T3</b>)</p> <p>3. Membuka tempat usaha yang memiliki konsep yang unik dan berbeda dari pesaing lainnya (<b>S2,T1</b>)</p>	<p>1. Mengundang <i>Influencer</i> dan <i>food vlogger</i> (<b>W1,T1,T2,T3,T4,T5</b>)</p> <p>2. Membuka tempat usaha secara luring agar konsumen dapat makan di tempat dan memiliki akses yang lebih mudah, sehingga nama <i>brand</i> juga akan semakin terkenal (<b>W2,T1,T2,T4,T5</b>)</p>

Sumber : Eat Mie Bakmie Ayam

© Hak cipta milik IBI KKG (Institusi Bisnis dan Matematika Kwik Kian Gie) dan 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.





### a. Strategi SO

- 1) **Mempekerjakan tenaga kerja dengan skill yang tinggi agar makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan standar yang diberikan, inovatif dan berkualitas (S1,O1,O3)**

*Eat Mie Bakmie Ayam* akan mempekerjakan tenaga kerja yang setidaknya berpengalaman dan mempunyai *skill* dalam memasak agar makanan yang dihasilkan enak sesuai dengan standar *Eat Mie Bakmie Ayam* dan memuaskan saat disajikan kepada konsumen.

- 2) **Mempromosikan produk dengan menerapkan diskon pada aplikasi *online food* (S2, S3, S4,O2)**

Dikarenakan *Eat Mie Bakmie Ayam* berjualan secara daring melewati aplikasi *online food*, maka *Eat Mie Bakmie Ayam* akan terus memberikan diskon atau potongan harga kepada konsumennya, hal ini dilakukan agar konsumen dapat membeli produk dari *Eat Mie Bakmie Ayam*.

### b. Strategi ST

- 1) **Mempunyai ciri khas dan keunikan tersendiri. (S1,T1,T2,T3,T4,T5)**

*Eat Mie Bakmie Ayam* mempunyai ciri khas bakmie ayam yang berbeda diantara pesaing lainnya, ciri khas yang dimiliki oleh *Eat Mie Bakmie Ayam* mempunyai rasa yang enak dan gurih dan mempunyai aroma yang sedap, sehingga dapat menarik konsumen dengan metode *mouth to mouth*.

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2) **Meningkatkan promosi untuk menarik perhatian masyarakat lebih baik lagi agar menciptakan sebuah *brand awareness* yang lebih positif (S3,S4,T1,T2,T3)**

Dengan melakukan promosi yang relatif sering, dapat mengundang konsumen untuk mencicipi produk yang kita sajikan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan dan memperluas *brand awareness* kepada seluruh masyarakat luas

3) **Membuka tempat usaha yang memiliki konsep yang unik dan berbeda dari pesaing lainnya (S2,T1)**

Dengan membuka tempat usaha yang memiliki konsep yang unik dan menarik serta berbeda dari pada pesaing, dapat mengundang konsumen untuk datang, dilihat dari gaya masyarakat yang konsumtif, sebuah tempat yang dapat dikatakan bagus untuk foto dan nyaman pasti menjadi salah satu tujuan utama.

c. **Strategi WT**

1) **Mengundang *Influencer* dan *food vlogger* (W1,T1,T2,T3,T4,T5)**

Dengan mengundang *influencer* maupun *food vlogger* dapat menarik perhatian masyarakat pada umumnya. Karena jikalau mengundang *influencer* atau *food vlogger* yang merupakan ahli pada industri kuliner tersebut, kebanyakan masyarakat akan tertarik dan terpancing untuk mencobanya. Hal ini dilakukan agar memperluas *brand awareness* pada *Eat Mie Bakmie Ayam*.

2) **Membuka tempat usaha secara luring agar konsumen dapat makan di tempat dan memiliki akses yang lebih mudah, sehingga nama *brand* juga akan semakin terkenal (W2,T1,T2,T4,T5)**

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

*Eat Mie Bakmie Ayam* untuk saat ini masih berjualan secara luring menggunakan aplikasi *online food*, yang kedepannya akan membuka tempat usaha secara luring di sebuah tempat usaha yang memiliki akses yang mudah ditemui dan dikunjungi oleh masyarakat luas. Hal ini dilakukan agar dapat menaikkan omset dan pendapatan serta menaikkan *brand awareness* kepada masyarakat.

#### d. Strategi WO

##### 1) Melakukan promosi lewat media sosial (W1,O1,O2,O3)

Melakukan promosi melalui media sosial merupakan sebuah hal harus dilakukan oleh sebuah pengusaha untuk mempromosikan produk yang ditawarkan, karena dengan menggunakan media sosial dapat meningkatkan *brand awareness* sampai kepada plosok – plosok yang ada, dikarenakan hampir semua orang mempunyai media sosial.

##### 2) Membuka tempat usaha secara luring agar semakin mudah diakses oleh masyarakat (W1,W2,O1,O3)

Dengan membuka sebuah tempat usaha secara luring maka, akan semakin mudah masyarakat dalam mengakses tempat usaha. Serta dengan membuka tempat usaha dapat membantu menaikkan *brand awareness* kepada masyarakat luas.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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