



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.1. Tren dan Pertumbuhan Industri

Untuk tercapainya target dan tujuan usaha, usaha *Bentozai* yang bergerak di bidang *Food and Beverage* melakukan analisis mengenai tren dan pertumbuhan. Hal ini perlu dilakukan agar dapat menguji kelayakan perusahaan dan agar dapat menentukan strategi yang akan dipakai.

Penjualan makanan secara *online* selama *Corona* meningkat 300 persen. dikarenakan adanya kebijakan *social distancing* yang membuat seluruh restoran menaati peraturan. sehingga jasa pesan antar makanan meningkat. Selain itu, di tengah pandemi, para pengusaha UMKM yang beralih ke penjualan digital mulai dapat menyelamatkan usahanya. Untuk saat ini ada trend baru perubahan pembelian konsumen dari offline menjadi *online*, karena pada awalnya banyak konsumen yang ragu untuk membeli secara *online*.

Namun, dengan situasi Covid, masyarakat mulai membeli secara *online*. Dengan adanya Covid-19 orang-orang mulai terpaksa membeli secara *online*. Meski demikian, produk UMKM juga harus ditingkatkan standarnya agar masyarakat semakin percaya dan membeli produk. Dengan adanya go digital, para pelaku UMKM tidak perlu khawatir untuk menjalankan toko atau warung, mereka hanya perlu menggunakan teknologi saat ini.

3.2. Analisis Pesaing

Bentozai menganalisis pesaing dengan memperhatikan beberapa aspek seperti harga, produk, strategi pemasaran, saluran distribusi, kualitas, promosi dan hubungan dengan konsumen.

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.



Adanya peralatan khusus, dan pemasok yang mendukung adalah bagian penting dalam suatu usaha dan dapat membuat usaha tersebut dapat masuk ke dalam pasar dengan cukup mudah. *Bentozai* yang beroperasi di daerah Jakarta utara memiliki beberapa pesaing, sehingga perusahaan harus mengambil langkah yang tegas dan berani untuk menghadapi pesaing yang telah ada lebih dulu. Pesaing dari usaha *Bentozai* adalah:

a. Iki Bento

- Jenis Produk : Bento
- Produk Unggulan : Paket Serbu
- Segmentasi Harga : Menengah
- Jumlah *Outlet* : 6
- Kelebihan : Memiliki nama karena sudah berdiri lama, menjual Bento dengan banyak varian, banyak peminat.
- Kelemahan : Memiliki rasa yang standar, dan kinerja karyawan yang harus diperbaiki.

b. Hokage Bento

- Jenis Produk : Bento
- Produk Unggulan : Paket Hoki
- Segmentasi Harga : Menengah
- Jumlah *Outlet* : 1
- Lokasi : Jl. Pademangan IV, Jl. Budi Mulia Kel No.3, RT.4/RW.9, East Pademangan, Pademangan, North Jakarta City, Jakarta 14410
- Kelebihan : memiliki harga yang murah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.



Kelemahan : Kurang Branding sehingga tidak banyak orang yang mengetahui, Memiliki rasa yang biasa saja untuk harga menengah.

3.3. Analisis PESTEL

Dalam membuka atau mendirikan sebuah usaha, menganalisa lingkungan bisnisnya itu sangat penting, guna mengetahui dan memantau jalannya usaha kita, serta memudahkan dalam menyusun strategi dalam menjaga keberlangsungan usaha kita. Analisis PESTEL dibutuhkan sebagai metode dalam menganalisa lingkungan bisnis tersebut. PESTEL sendiri merupakan politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan dan hukum. Berikut ini merupakan analisis PESTEL dari Usaha Bentozai :

a. *Politics* (Politik)

Politik di dalam wilayah atau tempat dijalankannya bisnis sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha Bentozai. Jika situasi politik wilayah kondusif dan menarik, pertumbuhan bisnis akan berlangsung dengan sangat baik. Kebijakan-kebijakan, dan suasana politik di suatu tempat dapat berubah secara dinamis, maka sangat harus diperhatikan oleh pemilik bisnis untuk membuat kebijakan bisnis yang tepat. Karena covid pertumbuhan bisnis di Indonesia menjadi terhambat dan terbatas sehingga banyak bisnis yang terpaksa teralih menjadi *Online* tetapi tidak begitu berpengaruh kepada Bentozai karena Bentozai sendiri adalah usaha berbasis *Online*. Sehingga dapat menghindari banyak kebijakan kebijakan pemerintah tentang usaha pada saat ini.

b. *Economics* (Ekonomi)

Ekonomi negara dan masyarakat mempengaruhi jumlah *demand* di berbagai usaha. Ketika keinginan muncul namun kemampuan ekonomi untuk membeli tidak cukup, tidak akan terjadi transaksi jual beli. Dalam masa pandemi virus

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI BKKG (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.



corona ini menyebabkan penurunan ekonomi di seluruh dunia, termasuk Indonesia.

C Banyaknya pengurangan kuota karyawan di berbagai perusahaan menyebabkan maraknya pengangguran dan turunnya ketertarikan untuk melakukan kegiatan belanja untuk barang-barang yang bersifat bukan pokok. Tentu saja hal ini menyebabkan penurunan penjualan dalam sebagian besar bisnis di seluruh dunia dan tak terkecuali Bentozai. Namun Bentozai memiliki harga yang murah sehingga seluruh kalangan masyarakat dapat mencoba dan menikmati makanan yang disajikan dan dijual oleh Bentozai.

c Social (Sosial)

Aspek lingkungan sosial dapat disimpulkan menjadi perilaku masyarakat.

Banyak orang mulai meningkatkan mutu penampilan hingga kualitas hidup untuk disebar di sosial medianya. Hal ini memicu naiknya ketertarikan masyarakat terhadap dunia estetika. Tentu saja hal ini mempengaruhi demand yang muncul pada usaha-usaha terkait, tak terkecuali juga Bentozai, dimana orang banyak yang ingin menampilkan estetika pola dan kualitas hidupnya dengan membeli, mengonsumsi dan menyebarkan di media sosial makanan yang unik seperti produk dari Bentozai.

c Technology (Teknologi)

Perkembangan teknologi yang sangat pesat telah merubah banyak hal bahkan yang terbesar pengaruhnya terhadap ekonomi dunia. Orang-orang lebih mudah dan lebih banyak berbelanja secara *online* ketimbang pergi jauh untuk berbelanja. dengan masyarakat yang semakin dimanjakan oleh fasilitas *online*, maka hal ini menjadi peluang besar bagi para pengusaha untuk mengembangkan atau memulai usahanya di *platform online*. Selain cara dan sistemnya yang lebih rapi, otomatis dan mudah, usaha menggunakan teknologi *online* dapat memangkas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



biaya hingga 60% dari usaha *offline*. Kemajuan teknologi ini menjadi sebuah pintu yang lebih mudah dibuka bagi penulis untuk mendirikan usaha online, yang tidak membutuhkan modal yang besar. Maka itu, didirikanlah BentoZai yang pada awal pendiriannya dapat dikerjakan sendiri oleh pemilik.

e. Environment (Lingkungan)

Sebuah usaha harus didirikan dengan memperhatikan lingkungan dimana dia ingin mendirikannya. BentoZai didirikan dan dijalankan di satu titik, yaitu Jakarta. Kebiasaan warga Jakarta yang menyukai kuliner menjadi sebuah peluang dan tantangan bagi BentoZai untuk dapat menghasilkan keuntungan di lingkungan Jakarta. Namun, dengan adanya sistem online, lingkungan tempat berjalannya usaha tidak menjadi masalah yang sebesar dulunya. Lingkungan berpengaruh kepada sistem pemasarannya, dan strategi penarikan nilai pelanggan.

f. Legal (Hukum)

Setiap usaha memiliki tanggung jawab yang besar terhadap negaranya. Maka itu, sebelum mendirikan usaha kita harus memperhatikan dan mencermati aturan apa saja yang merugikan atau menguntungkan, yang boleh dan tidak boleh dilakukan. Menaati hukum dapat memberikan jaminan keberlangsungan usaha yang aman dan berlangsung lebih lama. Usaha BentoZai merupakan usaha yang taat hukum dan membuka mata terhadap pentingnya hukum berusaha. Salah satunya dengan menaati Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 mengenai hukum perlindungan konsumen. BentoZai tidak akan memberikan produk yang dapat membahayakan keselamatan konsumen. Jika memang ada zat yang kurang baik untuk tubuh, *BentoZai* akan menginformasikan hal tersebut dan tidak menutup-nutupi hal tersebut dari konsumen.

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.



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

Business Model)

Dalam menjalankan usaha, persaingan adalah hal yang sangat biasa, dari berbagai sisi. Menurut Michael Porter lima model kekuatan persaingan model Porter adalah pendekatan dengan kompetitif secara luas digunakan untuk mengembangkan strategi dalam industri-industri. Melalui ini, perusahaan bisa mengidentifikasi aspek-aspek dalam berbagai elemen dari setiap kekuatan persaingan yang dapat mempengaruhi perusahaan. Berikut merupakan analisis *Porter Five Forces Business Model* dari Usaha *Bentozai*:

Gambar 3.1
Lima Kekuatan Persaingan Porter



Sumber: Porter dalam Fred R. David dan Forest R. David (2017:60), *Strategic Management*

a. Ancaman dari Pesaing Baru yang Memasuki Industri yang Sama

Kemudahan para pesaing baru memasuki industri sepatutnya menjadi ancaman bagi usaha yang berada di dalam industri tersebut. Untuk mempertahankan jalannya perusahaan, harus dipastikan usaha harus bersifat relevan terhadap kebutuhan di masyarakat, dan harus konsisten dengan kebutuhan-kebutuhan tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Usaha *Bentozai* yang berada dalam industri kuliner mengalami hal yang

C sama, dikarenakan produksi berasal dari supplier dan tidak mahal, sulit mencari bahan baku, pekerja yang dapat diajarkan dengan mudah, dan minim kebutuhan tempat yang besar. Dapat dikatakan ancaman pesaing baru dalam industri ini jadi peringatan agar perusahaan tetap menjaga eksistensi dan berjalan dengan baik disaat banyaknya pesaing.

b. Kekuatan Penawaran Pembeli

Selain untuk dimakan, dan kuliner dapat digunakan untuk acara-acara. Hal ini mengakibatkan banyak pengusaha yang memiliki strategi bisnis menghususkan tujuan tersebut, seperti mematok harga yang rendah untuk pembelian banyak. Maka dari itu usaha *Bentozai* memiliki daya menarik pembeli yang kuat.

c. Ancaman dari Produk Substitusi (Pengganti)

Produk substitusi merupakan produk yang bisa menggantikan peran dari produk. Sebagai produsen makanan, perusahaan menyadari adanya alternatif makanan yang dapat menggantikan *Bento*, seperti *RiceBowl* dan lain lain. Namun *Bento* memiliki wangi dan rasa yang khas sehingga walaupun makanan lain dapat menjadi pilihan makanan tetap saja perbedaanya sangat mudah ditebak, produk substitusi untuk *Bento* sangat lemah.

d. Penawaran Pemasok

Pemasok merupakan pihak yang menyediakan bahan baku yang kemudian diolah perusahaan untuk dijadikan barang jadi. Semakin banyak pemasok di pasar, maka semakin kuat daya tawarnya, karena pembeli berpindah dengan mudah. Pemasok untuk *Bentozai* sedikit, karena sedikitnya penjual makanan khas jepang frozen yang berada di kawasan Indonesia.

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.



e. Persaingan Antar Perusahaan yang Bersaing dalam Industri yang Sama

- Ⓒ Usaha *Bentozai* merupakan satu bagian dari industri kuliner. Persaingan dalam industri dapat terbilang banyak terutama di Jabodetabek, namun permintaan untuk industri makanan besar. Hal ini terjadi karena banyak orang yang menyukai Bento namun sedikit tempat yang menyediakannya. Perusahaan harus mampu menghadapi pesaing yang sudah terkenal dan lebih dulu ada sebelum Usaha *Bentozai* didirikan.

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

CPM menunjukkan perusahaan mengenai titik kuat dan lemah mereka terhadap pesaing. Nilai CPM diukur atas faktor keberhasilan, setiap faktor harus diukur dalam skala yang sama. CPM menunjukkan perusahaan yang dimiliki penulis dan juga pesaing untuk memudahkan analisis komparasi. Di dalam CPM analisis yang akan dilakukan akan secara keseluruhan dari faktor eksternal hingga faktor internal. Berbeda dengan penilaian kondisi internal dan eksternal yaitu melalui *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan juga *External Factor Evaluation* (EFE) yang di mana masing-masing faktor internal dan eksternal saja.

a. *Critical Success Factors*

Critical Success Factors merupakan penentu keberhasilan yang diambil dari analisis yang mendalam dari lingkungan eksternal dan juga dari internal perusahaan. Setiap perusahaan ada keuntungan dan kerugian masing masing dalam eksternal dan juga internal. Jika ratingnya tinggi berarti strategi perusahaan telah dilakukan dengan baik dan jika *rating* rendah menunjukkan strategi perusahaan tidak baik.

b. *Rating* (peringkat)

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.



Competitive Profile Matrix menunjukkan respon perusahaan terhadap

faktor-faktor keberhasilan sebuah usaha. Semakin tinggi *rating* semakin menunjukkan respon yang baik dan juga sebaliknya bila *rating* yang didapat rendah menunjukkan respon yang kurang baik. Peringkat antara 1,0 - 4,0 dan dapat diterapkan untuk berbagai faktor.

Ada beberapa poin penting terkait dengan rating di CPM:

- 1) Peringkat dilakukan dalam masing-masing faktor dalam perusahaan.
- 2) Tanggapan diwakili angka 1,0 menunjukkan kelemahan utama dari perusahaan.
- 3) Tanggapan diwakili angka 2,0 menunjukkan kelemahan kecil dari perusahaan.
- 4) Tanggapan diwakili oleh 3,0 menunjukkan kelebihan kecil sebuah perusahaan.
- 5) Tanggapan diwakili oleh 4.0 menyatakan keunggulan dari perusahaan.

c. **Weight (Bobot)**

Di dalam CPM Bobot menunjukkan kepentingan dari faktor kesuksesan di dalam suatu industri. Berat dimulai dari 0,0 (tidak penting) dan 1,0 (penting), jumlah berat dihitung dan harus sama dengan 1,0 jika total bukan 1,0 berarti adanya kesalahan didalam peletakan bobot di salah satu faktor dan yang harus diperbaiki.

Total Weighted Score

Nilai akhir total skor ditimbang harus antara 1,0 (rendah) ke 4.0 (tinggi). Nilai tertimbang untuk CPM matriks adalah 2,5 berarti perusahaan dengan total skor dibawah 2,5 dianggap lemah, sedangkan lebih tinggi dari 2.5 kuat.

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.



Perusahaan dengan nilai paling tinggi dianggap pemenang di antara para pesaingnya.

Berikut adalah tabel *Competitive Profile Matrix* yang membedakan usaha *Bentozai* dengan pesaing:

Tabel 3.1
Competitive Profile Matrix Usaha Kuliner Bentozai

Critical Success Factor	Bobot	Bentozai		Hokage Bento		Iki Bento	
		(Rencana)		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
		Peringkat	Nilai				
1. Kualitas Produk	0,17	4	0,68	4	0,68	3	0,51
2. Kualitas peralatan	0,17	2	0,34	2	0,34	2	0,34
3. Pelayanan	0,16	3	0,49	3	0,49	3	0,49
4. Harga	0,16	4	0,64	3	0,48	4	0,64
5. Promosi	0,17	4	0,68	3	0,51	3	0,51
6. Kesesuaian pesanan	0,17	2	0,34	2	0,34	2	0,34
		Total	3,17	Total	2,84	Total	2,83

Sumber : *Bentozai* Tahun 2023

Tabel tersebut memiliki beberapa faktor. Setiap faktor memiliki sejumlah nilai bobot atau *weight*, semakin besar nilai bobot, maka akan semakin besar pengaruhnya pula. Ketika semua nilai bobot dijumlahkan, harus menghasilkan angka 1. Sedangkan *Rating* adalah sebuah penilaian dari angka satu hingga empat yang diberikan kepada perusahaan perusahaan yang terkait. *Rating* 1 diberikan kepada perusahaan yang memiliki pengaturan yang kurang baik terhadap faktor yang dikaitkan sedangkan rating 4 diberikan ketika perusahaan tersebut memiliki pengaturan yang sangat baik terkait dengan faktor tersebut. Skor dalam tabel CPM adalah hasil dari perkalian



antara nilai bobot dengan rating perusahaan terkait. Maka itu, ketika salah satu perusahaan memiliki nilai skor yang tertinggi, dia merupakan perusahaan yang paling unggul dalam faktor tersebut. Berikut ini adalah penjelasan tentang posisi dan para pesaing Bentozai :

a. Kualitas Produk

Dalam industri kuliner kualitas produk merupakan hal yang paling penting dan paling dicari oleh masyarakat. Dalam mendapatkan kualitas produk yang baik, perusahaan dapat membeli bahan bakunya dari pemasok yang terpercaya, kemudian diproses menjadi makanan yang siap dikonsumsi. Kedua pesaing Bentozai, yaitu Hokage Bento dan Iki Bento pun juga melakukan hal ini sebagai prosedur standar mereka. Oleh karena itu, penulis memberikan *rating* 4 kepada Hokage Bento, karena perusahaan tersebut juga menggunakan bahan yang kualitasnya sama dengan *Bentozai*, dan 3 kepada Iki Bento, karena bahan dari perusahaan tersebut baik, namun kualitasnya tidak sama dengan Usaha *Bentozai*.

b. Kualitas peralatan

Kualitas peralatan merupakan hal yang tidak terlalu penting sebagai sebagai usaha yang bergerak di bidang Kuliner. Usaha *Bentozai* memberikan *rating* 2 dalam factor kualitas peralatan. Usaha *Bentozai* menggunakan kualitas peralatan yang akan dipakai adalah peralatan standar, perusahaan Hokage Bento dan Iki Bento mendapat *rating* 2 dalam faktor peralatannya, karena mereka menggunakan peralatan, yang berkualitas sama dengan usaha Bentozai.

Pelayanan

Pelayanan adalah sebuah hal yang akan dinikmati dan dirasakan oleh konsumen yang diberikan oleh produsen. Hal ini memberikan nilai yang penting kepada konsumen sebab konsumen menilai baik atau buruknya jasa atau produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Instititut 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.



berdasarkan pelayanan yang mereka dapatkan. Usaha BentoZai memberikan pelayanan yang dapat dinikmati langsung oleh konsumen, berupa makanan. Terdapat nilai atau rating 4 yang diberikan kepada usaha BentoZai karena usaha ini menetapkan standar dalam pelayanannya, dengan menggunakan kebijakan *fast response* atau respon yang cepat, dan menggunakan prinsip *First Come First Serve*, dimana seluruh permintaan konsumen akan direspon dalam sesuai dengan urutan kedatangan mereka. Namun ada pengecualian pesanan khusus, waktu pengerjaan yang direncanakan cepat dan pasti, dan kompensasi bila produk tidak sesuai permintaan.

Dari tabel CPM diatas, pelayanan Hokage Bento dan Iki Bento memiliki *rating* 3 karena mereka memberikan pelayanan yang kurang sigap dan kurang kooperatif ketika mereka menerima pesanan pelanggan usaha BentoZai memanfaatkan kekurangan mereka agar bisa mendapatkan *Brand Image* yang lebih baik, *Feedback* yang positif dengan memberikan pelayanan yang lebih baik dari mereka.

d. Harga

Harga dalam dunia kuliner merupakan faktor kesuksesan tertinggi karena harga adalah salah satu hal utama yang dilihat oleh pelanggan. Mereka akan menyesuaikan kemampuan ekonomi mereka dan penilaian mereka dengan harga yang diberikan. Ketika adanya ketidaksesuaian antara harga dengan pertimbangan mereka, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli. Usaha BentoZai menawarkan harga yang sangat terjangkau bagi seluruh kalangan, dengan menggunakan metode *direct to customer*. BentoZai akan selalu berupaya untuk menyediakan harga yang paling terjangkau dibanding para pesaingnya. Dengan ini, usaha BentoZai mendapatkan *rating* 4.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.



Rating yang diberikan kepada usaha Hokage Bento adalah 3 karena

harganya masih kurang dapat bersaing. Sedangkan usaha Iki Bento mendapatkan rating 4 karena adanya harga yang dapat bersaing dengan melakukan upaya penekanan harga.

e. Promosi

Promosi dilakukan setiap perusahaan untuk menginformasikan ke pelanggan atau calon pelanggan tentang keberadaan usaha, dan menginformasikan produk serta penawaran yang diberikan oleh perusahaan kepada calon pembeli, agar dapat menarik calon pembeli untuk melakukan transaksi. Perkembangan teknologi menambahkan banyak cara terhadap kegiatan pemasaran perusahaan dalam mempromosikan produknya. Saat ini pun mulai maraknya perusahaan yang mempromosikan barang atau jasa melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan lain-lain. Usaha *Bentozai* direncanakan akan memaksimalkan promosi melalui media *online*, seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Website*. Namun promosi utama dari usaha *Bentozai* akan lebih mengarah kepada *Instagram*, dikarenakan *Instagram* merupakan *platform* media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, khususnya para anak muda. Penggunaan media sosial seperti *Facebook* juga akan tetap dijalankan, namun tidak sebanyak pada *Instagram*, *Grabfood*, *Shopeefood* dan *GoFood*.

Promosi yang akan dilakukan oleh *Bentozai* adalah promosi buy 1 get 1 dimana untuk mencari nama dan bersaing dalam usaha kuliner perusahaan melakukan promosi besar-besaran di berbagai platform untuk menciptakan fondasi kepercayaan yang kuat untuk awal mula usaha *Bentozai* sehingga terjadinya *repeat order* dari konsumen. Promosi tersebut akan berlangsung disaat

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.



awal pembukaan usaha berkuota sebanyak 75 dibagi 25 setiap platform selama 1 bulan dibulan januari.

Pesaing seperti Hokage Bento dan Iki Bento juga melakukan promosi pada media sosial, namun tidak besar, sehingga perusahaan tersebut tidak terlalu dapat menunjukkan eksistensinya di media sosial. sehingga, banyak pembeli yang masih asing hingga tidak tahu perusahaan tersebut. Maka itu, nilai CPM kedua pesaing tersebut dengan skor 3. Usaha *Bentozai* direncanakan akan diberi skor 4, dan akan diupayakan dapat menyaingi kedua pesaing tersebut.

f. Ketepatan Order

Ada banyak variabel yang bisa dikelola dalam produksi, sehingga hasilnya bisa beragam, baik dari segi kualitas, kuantitas, anggaran konsumen, atau kustomisasi produk akhir. Dalam produksi, kustomisasi tidak terlalu penting, karena kebutuhan konsumen tidak berubah, pelanggan hanya memilih dari apa yang kita sebut varietas, dan menambahkan jika pembeli ingin mengubah sesuatu. Namun usaha dibidang kuliner sering mengalami masalah di bidang ketepatan pesanan dikarenakan terkadang adanya kustomisasi yang diinginkan pelanggan namun tidak dilihat atau perusahaan tidak menyadari hal tersebut dikarenakan banyaknya pesanan yang menumpuk maka dari itu *Bentozai*, Hokage Bento dan Iki Bento yang mendapat skor CPM 2, dikarenakan mengalami masalah yang sama.

3.6. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT merupakan sebuah studi yang sistematis tentang kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan, juga peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan tersebut. Kekuatan merupakan kemampuan yang dimiliki perusahaan terkait internalnya, sumber dayanya, dan juga pengaruhnya. Peluang adalah beberapa faktor

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.



yang dapat memberikan keuntungan pada lingkungan eksternal perusahaan tersebut. Selain itu juga ada ancaman yang berupa faktor eksternal perusahaan yang dapat merugikan kinerja dan operasional perusahaan. Kegiatan analisa SWOT dilakukan untuk mendiagnosa lingkungan-lingkungan eksternal dan internal usaha. Hal ini dilakukan dengan cara memantau sektor-sektor lingkungan dalam mengidentifikasi ancaman dan peluang yang ada, sehingga dapat membantu proses pengambilan keputusan.

Lingkungan internal adalah hal-hal yang berada didalam organisasi atau perusahaan. Contohnya seperti struktur internal perusahaan, sumber daya perusahaan, budaya perusahaan, dan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Sedangkan lingkungan eksternal merupakan hal hal yang berada di luar organisasi atau perusahaan. Contohnya seperti faktor-faktor sosial, ekonomi, budaya, politik, teknologi, dan pelanggan atau calon pelanggan yang berhubungan dengan perusahaan.

Berikut ini adalah analisis SWOT dari *Bentozai*:

a. *Strength* (S)

Berikut Keunggulan bisnis *Bentozai* adalah:

- 1) Proses pelayanan yang dilakukan melalui website, media sosial dan toko online praktis, cepat dan sederhana.
- 2) Strategi promosi yang terencana dengan baik dan efektif menggunakan internet, media sosial, dan e-commerce (Instagram, Facebook, *Shopeefood*, *Grabfood* dan *GoFood*).
- 3) Harga kompetitif bagi konsumen.

b. *Weaknesses* (W)

Berikut adalah kelemahan usaha *Bentozai*:

- 1) Kurangnya modal usaha.



- 2) kurang strategis lokasi usaha.
- 3) *Brand image* yang harus dibangun dari awal.
- 4) Manajemen perusahaan yang harus dirancang dengan baik, efisien dan efektif dari awal..



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c *Opportunity* (O)

Berikut adalah peluang yang dimiliki oleh bisnis Bentojai:

- 1) Pertumbuhan ekonomi Indonesia bersaing dengan pertumbuhan ekonomi dunia.
- 2) Perkembangan teknologi informasi, dan dengan itu, banyak jenis media sosial dan e-commerce.

d *Threats* (T)

Berikut ancaman yang dihadapi oleh Usaha Bentojai :

- 1) Para pesaing yang telah memiliki citra, reputasi, pengalaman, hingga merek yang dikenal masyarakat karena lebih dulu didirikan.
- 2) Ada potensi terjadinya peniruan produk, hingga pengaturan manajemennya.
- 3) Jumlah permintaan produk dapat dipengaruhi oleh iklim eksternal yang terus bergerak.

Matriks SWOT adalah sebuah metode yang diguhakan untuk mencocokkan faktor internal dan eksternal perusahaan sehingga tercipta 4 jenis strategi, yaitu strategi SO atau perpaduan dari kekuatan dengan peluang, strategi WO atau perpaduan kelemahan dan kesempatan, strategi ST kekuatan dan ancaman, dan strategi WT atau kelemahan dan ancaman. Berikut adalah tabel Matriks SWOT:

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 3.2
Matriks SWOT

<p>Internal</p> <p>Eksternal</p> <p>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>Strengths (Kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk berkualitas. 2. Harga terjangkau 3. Pelayanan yang baik 4. promosi baik 	<p>Weaknesses (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ketepatan pesanan kurang 2. kualitas peralatan standard 	
	<p>Opportunities (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah penduduk Jakarta meningkat. 2. Bertumbuhnya ekonomi Indonesia. 3. Banyaknya Platform. 4. Diferensiasi produk 5. Daerah dekat pemukiman ramai penduduk 	<p>S-O Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. menjual makanan yang dengan harga yang terjangkau kepada masyarakat. (S1,S2,O5) 2. Melakukan promosi untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. (S4,S2,O3) 	<p>W-O Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat sistem pembuatan pesanan baru sehingga konsumen tidak salah menerima pesanan. (W1,O1,O5) 2. Membeli peralatan baru yang dapat membantu kecepatan memproduksi produk. (W2,O3)
	<p>Threat (Ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing yang lebih duluan. 2. Adanya peniruan produk. 3. Pendetang baru 	<p>S-T strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memilikistrategi pemasaran untuk mengatasi para pesaing. (S4,T1,T3) 2. Adanya inovasi dalam kualitas produk agar tidak ditiru.(S1,S2,T2) 	<p>W-T strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. memiliki kualitas peralatan yang lebih baik dibanding pesaing (W2,T1,T3) 2. Memperbaiki ketepatan pesanan dan melakukan inovasi untuk menghindari peniruan.(W1,T2)

Sumber: Usaha Bentojai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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