

## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

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

Hak Cipta Industri Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau 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. Ketika membangun sebuah bisnis maka hal yang diperlukan adalah menganalisis tren dan lingkungan industri, sehingga perbisnis dapat mengetahui gambaran tren yang sedang terjadi dan kondisi dalam suatu industri. Perubahan dalam sebuah industri yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, ekonomi, pasar, dan persaingan berpengaruh pada perkembangan tren yang terjadi sehingga perusahaan harus melakukan analisis dan pesaing untuk melihat apakah perusahaan masih bisa memasuki pasar dengan melihat kondisi pasar dan persaingan yang tengah terjadi. Analisis industri berfungsi agar perusahaan dapat terus berkembang dengan beradaptasi pada tren yang tengah terjadi.

Dengan melakukan analisis tren dan industri perusahaan akan mengetahui cara penanganan akibat adanya ancaman atau hambatan yang mungkin terjadi dikemudian hari. Perusahaan akan mampu mencari strategi terbaik yang akan membuat perusahaan tetap bertahan seiring dengan perkembangan tren dan kemunculan pesaing.

#### A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Industri makanan dan minuman terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Perubahan pada pola perilaku konsumen berpengaruh terhadap meningkatnya potensi industri makanan dan minuman untuk selalu berkembang tiap tahunnya. Makanan ringan sendiri sudah bukan lagi menjadi produk konsumsi, melainkan telah berubah menjadi gaya hidup bagi konsumen. Perubahan waktu dan perkembangan teknologi yang terus menerus membuat bisnis pada tren makanan dan minuman ringan meningkat. Selain itu kebanyakan pebisnis akan memilih industri makanan dan minuman sebagai pilihan untuk membuka usaha, karena kemudahan dalam mendapatkan bahan baku, pengolahan produk, hingga



pemasarannya. Berikut adalah data penjualan es krim selama 5 tahun terakhir yang dapat dilihat pada gambar 3.1 dibawah ini :

**Gambar 3. 1**  
**Penjualan Es Krim 5 Tahun Terakhir**



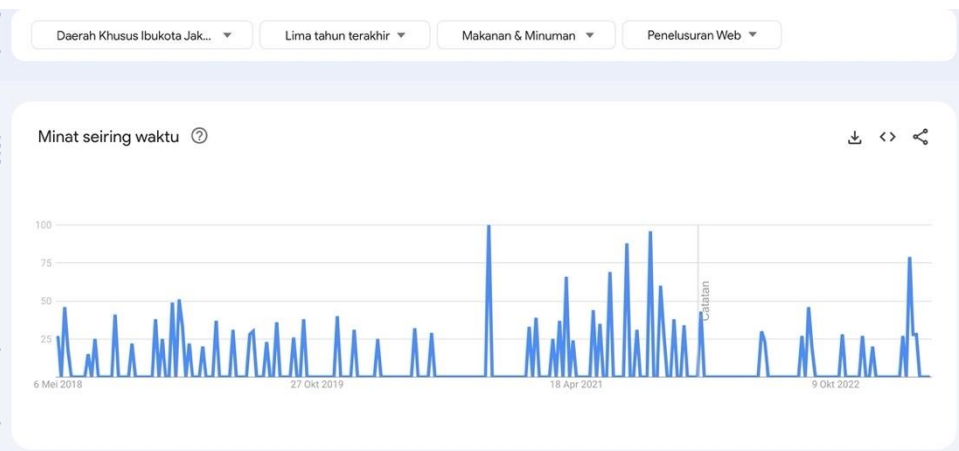
Dari data di atas dapat dilihat penjualan bahkan terus meningkat dikala pandemi Covid – 19. Hal ini membuat perkembangan industri es krim terus berkembang dan banyak diminati. Penjualan es krim juga dipengaruhi masuknya perusahaan waralaba Mixue dan berdirinya pabrik es krim yang berdiri dan masuk kedalam pasar es krim di Indonesia, (DataIndonesia.id, 2023).

Mixue yang menjadi salah satu perusahaan waralaba yang telah memiliki 53 cabang di Jakarta mempengaruhi peningkatan pada penjualan *soft – serve ice cream*, terlebih dengan keberadaan Mixue ke dalam pasar es krim di Indonesia membuat es krim sundae kembali menjadi tren dalam beberapa tahun terakhir seperti yang dapat dilihat pada gambar 3.1 dibawah ini.



Gambar 3. 2

Trend Es Krim Sundae di Jakarta



Sumber : (Google Trends, n.d.).

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Pasar es krim di Indonesia khususnya di Jakarta masih memiliki prospek yang cerah untuk dimasuki melihat dari data penjualan es krim yang meningkat tiap tahunnya. Selain itu industri makanan dan minuman yang terus berubah dan berkembang membuat penulis yakin bahwa membuka bisnis pada industri.

**B. Analisis Pesaing**

Pertumbuhan dalam sebuah industri didukung oleh inovasi dari resep, desain, bentuk baru yang unik, *toppings* baru sehingga membuat masyarakat tertarik terhadap perkembangan pada industri makanan dan minuman. Inovasi ini dibutuhkan agar bisnis dapat berkembang dan mampu bersaing dengan para pesaing-nya. Dalam sebuah bisnis pesaing dibutuhkan untuk menghidupkan industri tersebut, industri makanan dan minuman sendiri masih diminati karena memiliki peluang untuk menghasilkan keuntungan yang besar dengan modal yang sedikit.

Informasi – informasi mengenai data perusahaan pesaing digunakan untuk merencanakan strategi yang mampu memperluas dalam persaingan pasar secara efektif. Dengan mengidentifikasi pesaing pebisnis akan mengetahui bagaimana pasar yang telah ada, dan mengetahui keunggulan bersaing maupun kelemahan yang dimiliki. Mengetahui



keunggulan dan kelemahan dapat dilakukan dengan perbandingan pada produk, harga, pelayanan, saluran distribusi, dan promosi yang dilakukan antara perusahaan dengan pesaing.

Penulis mendatangi langsung beberapa kedai es krim yang ada di Jakarta Utara seperti Koolpat, Fudgy Bro, Wooyoo Ice Cream, Ice Cream Appollo, Mr ConeId, dan Coldmoo untuk mengetahui dan menganalisis secara langsung kompetitor yang berada di sekitar *ScreamForIceCream*. Hasilnya 4 usaha dari kedai es krim tersebut telah berdiri lebih dari 5 tahun. Mr coneid telah berdiri sejak tahun 2018 telah menjual rata – rata perharinya 80 es krim perharinya, sedangkan ice cream appollo telah berdiri sejak 2019 dengan penjualan rata – rata perharinya 40 – 60 es krim.

Dari observasi yang dilakukan penulis menetapkan beberapa pesaing potensial. Dari beberapa penjual *soft serve ice cream* yang ada di Jakarta Utara penulis memilih kedua pesaing yaitu Wooyoo Ice Cream dan Fudgy Bro dikarenakan kedua usaha tersebut menjual produk yang sejenis dengan yang akan diperjual belikan oleh *ScreamForIceCream* dan berada di daerah yang sama. Selain itu penulis juga memilih kedua pesaing didasari oleh beberapa aspek seperti kedua kedai es krim tersebut sama – sama memiliki tempat yang memadai, memiliki konsep kedai yang menarik, dan varian rasa yang beragam serta rasa dari rating yang didapat dari *review* pelanggan.

Penulis memilih beberapa faktor yang menjadi acuan dalam menentukan kekuatan dan kelemahan para pesaingnya, yaitu harga, lokasi, kualitas produk dan promosi. Berikut adalah hasil pengamatan dari pesaing – pesaing *ScreamForIceCream* :

Nama Toko	: Wooyoo Ice Cream
Harga	: Rp. 45.000 – Rp. 65.000
Lokasi	: Pulau Maju Bersama Pantjoran PIK No.6, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14460
Kualitas Produk	: Cukup Baik



1. Promosi	: Kurang Baik
2. Kenyamanan Tempat	: Cukup Baik
3. Nama Toko	: FudgyBro
4. Harga	: Rp. 50.000 – Rp. 75.000
5. Lokasi	: Ruko Kelapa Gading Boulevard Raya, PA.1
6. Kualitas Produk	: Cukup Baik
7. Promosi	: Baik
8. Kenyamanan Tempat	: Cukup Baik

Setelah melakukan observasi pada beberapa pesaing berikut adalah hasil pengamatan yang didapatkan oleh penulis dengan menyajikan keunggulan dan kelemahan pesaing dari *ScreamForIceCream*.

**Tabel 3. 1**  
**Analisis Pesaing**

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Woofoo Ice Cream	1. Lokasi Strategis, outlet berada di PIK	1. Promosi yang kurang karena tidak memiliki media sosial yang
	2. Rasa dan <i>toppings</i> bervariasi	2. Harga relatif mahal untuk <i>soft-serve ice cream</i>
	3. Memiliki variasi produk yang beragam	3. Tekstur es krim yang cepat cair
	4. Tenaga kerja yang ramah	
FudgyBro	1. Lokasi strategis berada di dekat MKG	1. Variasi menu berfokus pada satu bahan yaitu brownis
	2. Menggunakan brownis pada <i>soft - serve ice cream</i>	2. Tekstur es krim yang cepat cair
	3. Merek sudah dikenal dikalangan masyarakat	
	4. Promosi yang aktif di media sosial	

Sumber : Pengamatan Penulis, 2022.

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.



Selain mendatangi kedua pesaing tersebut secara langsung penulis juga mengamati berdasarkan *reviews* para pelanggan dari masing – masing perusahaan yang didapat dari beberapa website seperti *pergikuliner*, *google reviews*, dan *Zomato*.

### C Analisis PESTEL (Political, Economy, Social, Technology, Environment dan Legal)

Analisis PESTEL merupakan analisis eksternal yang berada di luar perusahaan yang dapat menjadi peluang agar perusahaan atau bisnis dapat berkembang dan juga dapat menjadi ancaman bagi jalannya bisnis, karena dengan melakukan analisis PESTEL perusahaan dapat mengetahui segala resiko dan juga potensi suatu bisnis yang terkait dengan lingkungan eksternal.

Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap kafe *ScreamForIceCream* yang dilakukan oleh penulis:

#### 1. *Politic* (Politik)

Politik memberikan pengaruh terhadap jalannya sebuah bisnis, dalam berbisnis perlu mempertimbangan risiko politik karena perubahan dalam tindakan maupun kebijakan politik sebuah negara dapat menimbulkan dampak besar pada perekonomian negara tersebut.

Analisis politik berkaitan dengan pemerintahan dimana peraturan dan kebijakan yang dibuat pemerintah dapat menjadi keuntungan atau ancaman bagi para pelaku bisnis. Dalam situasi kondisi tertentu politik akan mempengaruhi bisnis yang berjalan. Apabila terjadi sebuah ketidakstabilan dalam politik maka dapat mengganggu aktivitas bisnis dan memberikan dampak negatif terhadap semua industri. Pemerintah turut andil dalam aktivitas bisnis demi menunjang kestabilan perekonomian melalui aturan dan kebijakan – kebijakan yang dikeluarkan.

Pada saat ini pemerintah fokus pemulihan dan kemajuan UMKM di Indonesia pasca pandemi dengan cara memberikan pendampingan dan kemudahan perizinan



usaha UMKM. Para pelaku usaha dapat mendaftarkan usahanya dengan mudah melalui *Online Single Submission* (OSS) sehingga pengurusan perizinan usaha dapat dilakukan melalui *online* tanpa perlu langkah – langkah yang rumit, (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia, 2022).

Pemerintah berfokus memberikan dukungan dengan kemudahan perizinan karena dengan status usaha yang formal, UMKM akan lebih mudah untuk mengakses berbagai fasilitas yang diberikan oleh pemerintah seperti pembiayaan, pendampingan, dan akses ke *market supply chain*. Selain itu juga pemerintah membuat sebuah program mendukung UMKM terdigitalisasi melalui program *Bangga Buatan Indonesia*, (KOMINFO, 2022).

## 2. *Economy* (Ekonomi)

Faktor perekonomian negara mempengaruhi aktivitas bisnis di negara tersebut. Pengaruh ekonomi seperti meningkatnya pendapatan negara, tingkat inflasi, kestabilan ekonomi berpengaruh terhadap permintaan dan penawaran terhadap suatu produk. Daya beli masyarakat terhadap produk yang dijual akan meningkat ketika perekonomian suatu negara berada pada posisi yang stabil, namun apabila perekonomian tidak stabil maka daya beli masyarakat terhadap produk yang dijual akan menurun. Pada tahun 2020 seluruh dunia merasakan ekonomi terpuruk karena adanya pandemi Covid – 19 yang menghambat jalannya proses bisnis. Tingkat pendapatan penduduk menurun dari tahun sebelumnya sebesar Rp. 2,2 juta menjadi Rp. 56,9 juta per Tahunnya hal ini berpengaruh terhadap tingkat konsumsi masyarakat yang juga menurun 2,63%. Beberapa bisnis terpaksa tutup karena adanya pembatasan sosial, tetapi hal ini dapat menjadi peluang bagi para pebisnis baru pada industri makanan dan minuman. Bahkan imbas dari dampak pandemic pada tahun 2020 dimana terjadi kontraksi pertumbuhan industri nonmigas sebesar

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.



2,52%, industri makanan dan minuman masih tetap tumbuh positif sebesar 1,58%,

(Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2021).

Keadaan perekonomian yang mulai bangkit pasca terjadinya Covid – 19 menjadi peluang untuk membuka usaha dan memasuki di industri makanan dan minuman. Dilansir dari BPS tingkat konsumsi masyarakat Indonesia meningkat sebesar 2,91% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang hanya sebesar 2,02%. Tingkat konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh pendapatan penduduk yang juga meningkat 13,96% menjadi Rp. 71 juta per Tahun pada 2022. BPS mencatat industri makanan dan minuman mencapai Rp.1,23 kuadriliun pada 2022, makanan dan minuman berkontribusi sebesar 38,35% terhadap total PDB industri pengolahan non migas, (Badan Pusat Statistik, 2023).

Dari data di atas, industri makanan dan minuman masih terus berkembang bahkan bertahan dimasa pandemi, peningkatan pada pendapatan penduduk yang terus meningkat dalam proses pemulihan perekonomian dan pertumbuhan pada tingkat konsumsi masyarakat membuat industri makanan dan minuman bertumbuh dengan baik. Disimpulkan bahwa peluang bisnis untuk memasuki pasar makanan dan minuman masih menjanjikan untuk dijalankan.

### 3. **Social (Sosial)**

Gaya hidup merupakan salah satu contoh keadaan sosial yang selalu melekat pada tiap individu atau masyarakat. Keadaan sosial akan mempengaruhi gaya hidup yang selalu berubah mengikuti kondisi sosial dari masyarakat. Gaya hidup sendiri merupakan kumpulan kebiasaan dan respon terhadap kejadian yang sedang tren, dimana hal tersebut akan berpengaruh kepada minat dari konsumen terhadap suatu produk dan jasa. Faktor sosial berpengaruh terhadap keberlangsungan aktivitas bisnis di industri makanan dan minuman karena perubahan selera masyarakat yang

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.





cenderung berubah yang dipengaruhi oleh banyaknya inovasi di bidang industri makanan dan minuman, sehingga makanan dan minuman sudah bukan lagi sebagai produk pangan sebagai pemenuhan kebutuhan primer melainkan berubah menjadi kebutuhan sekunder.

Pengaruh globalisasi dan keberadaan media sosial dan membuat pola hidup konsumsi masyarakat berubah. Masyarakat cenderung menikmati berpergian dan mendatangi kafe yang sedang tren. Perubahan ini memberikan pengaruh baik pada industri makanan dan minuman karena pola konsumsi masyarakat yang cenderung menyukai makanan ringan dibandingkan dengan makanan berat, (Kompasiana.com, 2022).

Setelah melakukan analisis sosial penulis dapat mengetahui pola kehidupan sosial untuk menyesuaikan strategi bisnis yang dapat dijalankan menyesuaikan pola kehidupan masyarakat yang ada. Selain itu *ScreamForIceCream* akan terus melakukan inovasi terhadap produk dari melihat tren yang sedang terjadi dalam masyarakat.

#### 4. *Technology* (Teknologi)

Teknologi yang selalu berkembang berpengaruh terhadap jalannya sebuah bisnis. Perkembangan teknologi memiliki manfaat yang besar terhadap aktivitas bisnis. Keberlangsungan operasional usaha *ScreamForIceCream* juga tidak lepas dari dukungan perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi memudahkan pengoperasian usaha *ScreamForIceCream* seperti pemakaian *software* POS yang memudahkan dalam pencatatan transaksi penjualan, peralatan yang digunakan untuk produksi seperti mesin es krim, alternatif pembayaran yang didukung perkembangan teknologi sehingga memberikan kemudahan dalam pembayaran dengan menggunakan mesin EDC atau QRIS.

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.



Perkembangan teknologi juga memberikan manfaat dalam kegiatan pemasaran

© dalam menjangkau pasar yang lebih luas seperti dengan membuat akun Instagram dan Tiktok agar produk dikenal oleh masyarakat. Pengguna media sosial di Indonesia sendiri telah mencapai 191 juta sehingga pemasaran melalui media sosial yang aktif akan berpengaruh pada keberlangsungan bisnis tersebut. Media sosial sebagai promosi yang efektif bagi *brand awareness* sebuah bisnis, (DataIndonesia.id, 2022b).

Selain itu selain menjual produk secara langsung dengan konsep dine – in perusahaan juga akan bergabung menjadi *merchant* di beberapa aplikasi delivery makanan seperti gojek, grab dan shopee.

## 5. *Environment* (Lingkungan)

Ketika membangun sebuah bisnis, para pebisnis harus memperhatikan lingkungan di sekitar usaha. Lingkungan membawa pengaruh besar terhadap jalannya usaha, dalam pemilihan lokasi usaha pebisnis harus memperhatikan lingkungan di sekitar seperti apakah lokasi yang dipilih strategis, bagaimana kehidupan di lingkungan tersebut, bagaimana kebersihan di lokasi tersebut, bagaimana iklim di lokasi yang akan dibangun dan bagaimana cara pengelolaan limbah pada lingkungan tersebut.

Indonesia hanya memiliki dua musim yaitu musim kemarau dan musim hujan, musim yang ada nantinya akan berpengaruh terhadap jalannya penjualan es krim. Pada musim kemarau penjualan akan meningkat secara drastis karena suhu udara yang tinggi, sedangkan pada musim hujan memungkinkan penjualan menurun. Selain itu penting bagi perusahaan memilih lingkungan lokasi sekitar apakah lokasi tersebut rawan banjir ketika musim hujan, atau apakah lingkungan disekitar lokasi memiliki kebersihan yang baik.

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.



*ScreamForIceCream* akan berada di Jl. Menteng, Koja, dimana daerah tersebut

berada di kawasan yang padat penduduk dan mudah untuk dijangkau karena dapat dilewati oleh berbagai macam kendaraan. Kebersihan pada lingkungan yang dipilih juga terjamin bersih karena area tersebut menyediakan penjemputan dan pengolahan limbah.

**6. Legal (Hukum)**

Legalitas usaha merupakan standarisasi yang harus dipenuhi oleh para pelaku usaha guna dapat bersaing di pasar bebas. Selain itu legalitas dibutuhkan kemudahan untuk mendapatkan modal, akses untuk mendapatkan pendampingan usaha dari pemerintah, dan kesempatan memperoleh bantuan pemberdayaan dari pemerintah. Selain itu dengan adanya legalitas usaha akan membuat pelanggan percaya pada perusahaan. *ScreamForIceCream* akan mengurus perizinan pada Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Induk Berusaha (NIB), dan Hak Paten. Dengan mengurus legalitas usaha akan memberikan manfaat kepada para pelaku usaha seperti perlindungan hukum, kemudahan dalam pengembangan usaha, dan mencegah orang lain untuk menggunakan merek dagang yang serupa.

**Tabel 3. 2**

**Analisis PESTEL**

No	PESTEL	Keterangan		
		OSS	BBI	
1	Politic			
2	Economy	Tingkat Pendapatan Masyarakat	Tingkat Konsumsi Masyarakat	PDB
3	Social	Gaya Hidup	Pola Konsumsi	
4	Technology	Software	Hardware	
5	Environment	Lokasi Usaha	Pengolahan Limbah	
6	Law	Nomor Induk Berusaha (NIB)	Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)	

Sumber : *ScreamForIceCream*

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.



**D. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Pesaingan Model Porter (*Porter Five Forces Business Model*)**

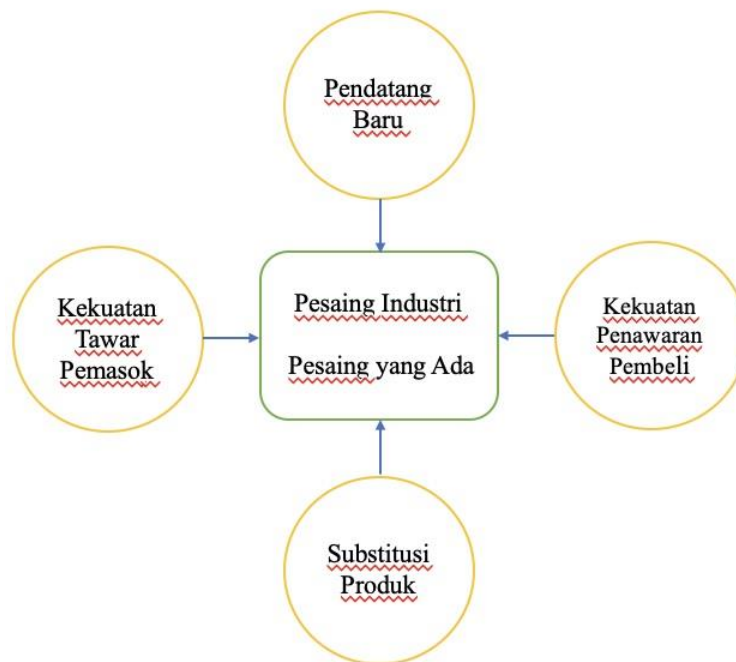
***Business Model***

Fred R. David dan Forest R. David (2017 : 229) menyebutkan bahawa *Porter Five Forces Business Model* atau Lima kekuatan porter merupakan suatu model atau metode pendekatan yang digunakan secara luas untuk pengembangan strategi dibanyak industri antar persaingan perusahaan yang bervariasi yang digunakan untuk menganalisis dalam suatu industri, yang dapat membantu menentukan kelemahan dan kekuatan industri tersebut. Model ini bertujuan untuk membantu perusahaan dalam memahami industri dimana mereka beroperasi dan untuk mengembangkan strategi untuk bersaing lebih efektif.

Model porter mengidentifikasi 5 faktor yang menjadi kekuatan bisnis, yaitu :

**Gambar 3. 3**

***Porter Five Forces Business Model***



Sumber : Fred R. David dan Forest R. David (2017: 229)

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

Ha Cipta Dilindungi 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.



## 1. Persaingan antar perusahaan yang ada

Analisis pertama yaitu berapa banyak atau jumlah pesaing dan kekuatan para pesaing untuk melemahkan perusahaan. Ketika pebisnis akan memasuki sebuah industri hal yang harus diperhatikan adalah berapa banyak pesaing yang ada didalam industri tersebut. Apabila jumlah pesaing banyak, dimana jumlah produk dan layanan yang ditawarkan semakin banyak, maka kekuatan perusahaan akan semakin rendah. Sebaliknya ketika jumlah pesaing sedikit, dimana tidak banyak para pesaing dalam industri yang dimasuki oleh perusahaan, maka akan memberikan kekuatan yang lebih besar bagi perusahaan untuk menguasai pasar.

Pada industri es krim yang berfokus pada penyajian *soft – serve ice cream* masih terbilang sedikit seperti Coldmoo, Wooyoo Ice Cream, Fudgy Bro, Mr ConeId, Ice Cream Appollo, dan Koolpat. Persaingan antar perusahaan yang ada di dalam industri menjadi kuat karena setiap perusahaan harus menunjukkan keunggulan dari produk yang ditawarkan. *ScreamForIceCream* akan berfokus pada penyusunan strategi untuk mengungguli para pesaing, dengan menganalisis kekuatan yang dimiliki perusahaan lainnya. *ScreamForIceCream* akan memposisikan diri untuk merancang produk yang berbeda dari pesaing dengan melakukan inovasi terhadap rasa dan bentuk, penyajian yang menarik visual, pemilihan lokasi yang mudah dijangkau, penguatan pada *brand awareness*, dan mempertahankan kualitas produk dan layanan.

## 2. Kekuatan Tawar Pemasok

Keberadaan pemasok yang banyak dan potensial penting bagi perusahaan karena dapat meningkatkan alternatif untuk mendapatkan input dengan harga yang bersaing sehingga dapat menekan biaya produksi dan meningkatkan keuntungan. Sebaliknya, jika jumlah pemasok terbatas, hal ini akan kurang menguntungkan bagi

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.



perusahaan karena pemasok memiliki kekuatan yang lebih dominan untuk menaikkan harga input yang mempengaruhi tingkat keuntungan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus menganalisis kekuatan pemasok agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan bisnis.

Pemasok *soft – serve ice cream* di Indonesia sendiri sudah banyak karena peningkatan yang terus menerus dalam industri makanan dan minuman sehingga memudahkan *ScreamForIceCream* mencari pemasok utama dan pemasok alternative karena perusahaan tidak dapat bergantung pada satu pemasok saja, setidaknya memiliki 2 atau lebih pemasok sebagai opsi apabila terjadi kendala pemesanan pada pemasok utama.

Selain itu perusahaan harus menjalin hubungan baik dengan pemasok agar pembelian bahan baku akan berjalan dengan mudah dan lancar. *ScreamForIceCream* memiliki beberapa pemasok yang dapat dilihat pada Tabel 5.1.

### 3. Daya Tawar Konsumen

Pelanggan memiliki kekuatan yang besar karena merupakan kunci utama sukses sebuah bisnis, karena tanpa pelanggan perusahaan tidak akan menghasilkan apa – apa. Semakin banyak pelanggan, maka semakin besar kekuatan perusahaan. Pelanggan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi harga produk atau jasa menjadi lebih rendah dan dapat menuntut harga atau layanan yang lebih baik dari perusahaan.

Maka dari itu penting bagi perusahaan untuk menganalisis daya tawar konsumen. Bagaimana perusahaan menarik perhatian konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan dan memberikan rasa puas pada pelanggan. Perusahaan harus menyesuaikan terhadap preferensi produk yang diminati konsumen, preferensi produk yang dapat berubah sewaktu – waktu

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.



membuat perusahaan harus terus melakukan inovasi dan pengembangan produk

- Untuk memenuhi minat konsumen dalam membeli sebuah produk. *ScreamForIceCream* akan mengutamakan variasi produk dan kualitas rasa dengan perbandingan harga yang lebih murah dibanding pesaing sehingga dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 4. Ancaman Produk Pengganti

Perusahaan harus memperhatikan produk pengganti atau substitusi yang dapat digunakan sebagai pengganti dari sebuah produk atau jasa. Adanya perusahaan yang dapat menciptakan produk pengganti atau substitusi merupakan ancaman bagi perusahaan. Ketika perusahaan memproduksi barang atau jasa yang tidak memiliki produk pengganti atau substitusi akan menjadi kekuatan perusahaan karena perusahaan dapat menetapkan harga dan meraup keuntungan yang lebih besar. Sebaliknya, apabila produk atau jasa memiliki produk pengganti atau substitus maka kekuatan perusahaan akan melemah sebab pelanggan memiliki alternative produk lain sehingga tidak harus membeli produk perusahaan. Untuk mengantisipasi ancaman produk pengganti *ScreamForIceCream* akan terus melakukan inovasi pada rasa, bentuk, desain interior, serta pelayanan dengan tujuan agar *ScreamForIceCream* dapat terus bertahan ditengah perubahan yang terus menerus.

#### 5. Ancaman Pendetang Baru

Industri makanan dan minuman masih dipilih oleh para pemula yang akan membangun sebuah bisnis, pemilihan dalam membangun sebuah bisnis yang bergerak dalam industri makanan dan minuman dipilih bukan tanpa alasan. Beberapa orang memilih untuk membuka bisnis dalam industri makanan dan minuman karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia,

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.



dapat beradaptasi dengan tren terbaru, berkembang dengan mengikuti kemauan pasar, dan modal yang dapat disesuaikan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pergerakan bisnis industri makanan dan minuman yang dinamis membuat persaingan tidak dapat dihindari antara pemain lama dan pemain baru. Dengan begitu potensi masuknya pendatang baru merupakan sebuah ancaman yang harus diperhatikan ketika membangun sebuah bisnis. Pendatang baru dapat menjadi ancaman karena mereka dapat memiliki keunggulan dalam kualitas produk, manajemen tim, dan strategi pemasaran. Perusahaan harus bersiap menghadapi para pendatang baru dalam bisnis dengan menganalisis kekuatan pendatang baru agar dapat mempertahankan posisi yang menguntungkan dan menerapkan strategi yang tepat.

*ScreamForIceCream* pada tahap awal akan melakukan *image building* agar keberadaan *ScreamForIceCream* diketahui oleh para pelanggan. Selain itu perusahaan akan terus melakukan pemasaran melalui media sosial sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Melakukan interaksi dengan para pelanggan melalui media sosial dengan menanggapi *reviews* dari para pelanggan. *ScreamForIceCream* akan memberikan pelayanan yang baik sehingga menciptakan loyalitas pelanggan.

### E. Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix/CPM*)

*Competitive Profile Matrix* atau CPM menurut Fred R. David dan Forest R. David (2017 : 236) adalah mengidentifikasi pesaing utama perusahaan, kekuatan, dan kelemahan khususnya dalam kaitannya dengan posisi strategis perusahaan sampel.

*Competitive Profile Matrix* merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengevaluasi posisi persaingan perusahaan dengan pesaing yang ada di dalam industri tersebut. Metode ini menggabungkan kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan faktor

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 kunci yang mempengaruhi posisi persaingan dalam industri. Dalam menggunakan CPM, perusahaan harus mengidentifikasi faktor – faktor yang menjadi kunci sukses yang akan mempengaruhi persaingan dalam industri.

Berikut beberapa komponen – komponen yang akan dianalisa dalam metode *Competitive Profile Matrix* :

### 1. **Critical Success Factors (CSF)**

Faktor kunci keberhasilan merupakan faktor – faktor yang penting dan ditentukan sebuah agar organisasi atau proyek berhasil. Faktor – faktor ini dibuat setelah dilakukan analisis yang dalam pada lingkungan eksternal dan internal. Dilakukannya analisis karena banyak faktor yang memberikan dampak yang dapat dirasakan oleh perusahaan. Apabila setelah dilakukan analisis dan nilai atau rating dari hasil CPM menghasilkan angka yang tinggi maka strategi yang telah dipilih merupakan keputusan yang tepat dan telah dilakukan dengan baik, tetapi jika angka yang ditunjukkan rendah maka perusahaan belum mampu menjalankan strategi tersebut secara maksimal dan kurang baik dalam menjalankan strategi tersebut.

### 2. **Weight (Bobot)**

*Weight* atau bobot adalah skala yang digunakan untuk menentukan seberapa penting dan pengaruh faktor – faktor kunci yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam persaingan di industri tersebut. Jumlah bobot secara keseluruhan harus sama dengan 1,0 maka bobot tidak boleh melebihi 1,0 apabila total seluruh faktor kurang atau melebihi 1,0 berarti ada kesalahan dalam penempatan bobot atau beberapa faktor harus diperbaiki.



### 3. Rating (Peringkat)

Peringkat dalam *Competitive Profile Matrix* menunjukkan bagaimana perusahaan merespon faktor – faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Apabila perusahaan mendapatkan *rating* tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu merespon *Critical Success Factor* dengan baik, dan juga sebaliknya apabila *rating* rendah maka respon perusahaan kurang baik. Peringkat dengan kisaran antara 1,0 – 4,0 dan dapat diterapkan untuk berbagai faktor. Ada beberapa point penting terkait dengan *rating* di CPM :

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

#### 4. Score (Skor)

*Score* merupakan hasil dari weight dikali dengan *rating* masing – masing perusahaan.

#### 5. Total Weighted Score

Jumlah dari semua nilai sama dengan total skor tertimbang Nilai akhir dari total skor tertimbang harus berada dalam rentang 1,0 (rendah) hingga 4,0(tinggi). Rata – rata tertimbang dari matriks CPM adalah 2,5 dimana perusahaan dengan total skor

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.



di bawah 2,5 dianggap lemah dan perusahaan dengan total skor di atas 2,5 dianggap kuat. Perbandingan perusahaan dari total CPM adalah perusahaan dengan total skor tertimbang tinggi dianggap sebagai pemenang di antara para pesaingnya.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner survey prioritas faktor-faktor kunci sukses sebuah bisnis, maka diperoleh tabel hasil analisis CPM (*Competitive Profile Matrix*) dari *ScreamForIceCream* sebagai berikut :

**Tabel 3. 3**

***Competitive Profile Matrix***

Critical Success Factor	Weight	ScreamForIceCream		FudgyBro		Wooyo Ice Cream	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Lokasi yang strategis	0,13	3	0,40	4	0,54	4	0,54
Tempat yang unik dan nyaman	0,15	3	0,46	3	0,46	2	0,31
Harga yang kompetitif	0,12	4	0,50	2	0,25	2	0,25
Variasi produk	0,16	4	0,62	2	0,31	4	0,62
Kualitas produk	0,17	4	0,66	3	0,50	4	0,66
Promosi yang unik	0,09	3	0,26	4	0,34	2	0,17
Pelayanan yang ramah	0,12	2	0,24	3	0,35	4	0,47
Citra Merek	0,06	1	0,06	4	0,25	3	0,19
Total	1,00		3,20		3,00		3,21

Sumber : *ScreamForIceCream*.

Dilihat dari Tabel 3.3 bahwa *ScreamForIceCream* memperoleh total nilai tertimbang yaitu 3,20. Posisi *ScreamForIceCream* berada di posisi tengah atau kedua dibanding para pesaingnya. Posisi pertama ditempati oleh Wooyo Ice Cream dengan skor 3,21 dan posisi terakhir ditempati oleh FudgyBro dengan skor 3,00.

Angka *weight*/bobot yang ada pada Tabel 3.3 diperoleh dari hasil survey kuisisioner dari 58 responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa, karyawan dan wirausaha dengan rentang usia 15 sampai dengan di atas 35 tahun. *Weight*/bobot yang memiliki point tertinggi merupakan faktor utama dalam keberhasilan suatu usaha atau bisnis. Total keseluruhan *weight*/bobot berjumlah 1.

*Rating*/peringkat yang diberikan menunjukkan kekuatan dan juga kelemahan perusahaan, dimana angka 4 merupakan kekuatan utama, angka 3 merupakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang. Uraian ini adalah milik Kwik Kian Gie. Penyalinan atau penggunaan tanpa izin IBIKKG. 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.



kekuatan kecil, angka 2 merupakan kelemahan kecil, dan angka 1 merupakan kelemahan utama. *Rating*/peringkat yang diberikan didasari oleh *reviews* yang diberikan oleh pelanggan.

Dari analisis yang telah dilakukan *ScreamForIceCream* memiliki keunggulan di beberapa faktor dibanding pesaing. Berikut adalah penjelasan posisi *ScreamForIceCream* dibanding pesaing berdasarkan Tabel 3.3 :

#### a. Lokasi yang strategis

Pemilihan lokasi yang tepat berpengaruh terhadap aktivitas bisnis yang akan dijalankan. Apabila lokasi yang dipilih strategis dan mudah dijangkau akan memungkinkan untuk menarik lebih banyak pengunjung. *ScreamForIceCream* memperoleh rating 3 karena lokasi dekat dengan jalan utama namun tidak berada pada di jalan utama. Namun lokasi yang dipilih memiliki akses jalan yang besar dan dapat dilewati oleh berbagai macam kendaraan. *FudgyBro* dan *Wooyoo Ice Cream* memperoleh rating 4 karena lokasi yang dipilih berada di Kelapa Gading di jalan utama dan *Wooyoo Ice Cream* berada di Pantjoran Chinatown PIK.

#### b. Tempat yang unik dan nyaman

Tempat yang nyaman dan fasilitas yang lengkap memperoleh bobot 0,48 dengan rating 3. Perubahan dalam gaya hidup masyarakat membuat para pelanggan tidak hanya mencari tempat yang memberi kenyamanan tetapi juga memperhatikan desain interior dan fasilitas dari kedai yang didatangi. Hal ini dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang mendatangi kafe untuk mendapatkan kenyamanan dan fasilitas sebagai penunjang aktivitas pelanggan yang tidak hanya menikmati hidangan melainkan menetap untuk

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.



waktu yang lama sekedar bersosialisasi maupun mengerjakan tugas. *ScreamForIceCream* dan Fudgy Bro memperoleh rating 3 karena desain interior yang unik dan tata ruang yang tidak terlalu padat untuk kedai es krim dengan fasilitas yang lengkap seperti toilet, musholla, ruangan ber AC, *Wifi*, parkir dan tempat yang bersih. Sedangkan Wooyoo Ice Cream memperoleh rating 2 karena memiliki tempat yang tidak terlalu besar, digabung dengan penyewa lainnya, tidak memiliki fasilitas parkir. Fasilitas yang dimiliki hanya toilet, ruang ber AC, dan *Wifi*.

### c. Harga yang kompetitif

Pada harga memperoleh bobot 0,12 dikarenakan harga yang ditawarkan oleh kedai ice cream berada pada rentang harga yang relatif sama. Selain itu beberapa pelanggan tidak terlalu mempermasalahkan harga selama produk tersebut memiliki kualitas rasa yang baik. *ScreamForIceCream* memperoleh rating 4 karena harga yang ditawarkan cukup terjangkau dibandingkan kedua pesaingnya. *ScreamForIceCream* menjual produknya dikisaran Rp.8.000 - Rp. 25.000. Sedangkan FudgyBro dan Wooyoo memperoleh rating 2 dikarenakan harga yang ditawarkan berkisar Rp. 45.000 – Rp. 65.000 lebih mahal dibanding *ScreamForIceCream*.

### d. Variasi produk

Variasi produk memperoleh bobot 0,16 dikarenakan variasi produk menjadi salah satu faktor penting beberapa pelanggan datang karena banyaknya produk yang ditawarkan dalam sebuah kedai es krim. *ScreamForIceCream* dan Wooyoo Ice Cream mendapatkan rating 4 dimana variasi produk beragam. Sedangkan FudgyBro dan mendapatkan rating 2 hal ini didapatkan dikarenakan

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



variasi produk yang lebih sedikit karena hanya memanfaatkan produk dengan bahan dasar brownies.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**e. Kualitas produk**

Kualitas produk memperoleh bobot tertinggi sebesar 0,17 dikarenakan kualitas produk menjadi kunci utama yang diperhatikan oleh pelanggan. Hal ini akan berpengaruh terhadap pertahanan bisnis dalam persaingan yang ketat. Rasa merupakan komponen penting dari produk makanan dan minuman, sehingga kualitas produk yang baik menjadi hal penting yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha. *ScreamForIceCream* dan *Wooyoo Ice Cream* memperoleh rating 4 karena kualitas produk yang berkualitas dan beragam dengan cita rasa yang sesuai dengan standar masyarakat di Indonesia. Sedangkan *FudgyBro* memperoleh rating 3 karena rasa yang hanya berfokus pada rasa manis dari brownies.

**f. Promosi yang aktif**

Promosi yang unik memperoleh bobot 0,09. Promosi yang unik akan berpengaruh pada kesadaran dari sebuah *brand*/merek. Mengelola media sosial merupakan salah satu aktivitas pemasaran yang penting untuk dilakukan demi keberlangsungan usaha. Promosi yang dilakukan akan meningkatkan kesadaran akan sebuah *brand*/merek atau bahkan menarik minat seseorang untuk mencoba produk dari suatu usaha. *ScreamForIceCream* memperoleh rating 3 karena *ScreamForIceCream* baru memulai bisnisnya sehingga diperlukan promosi yang terus menerus untuk menarik perhatian dan minat pelanggan, sedangkan *FudgyBro* mendapatkan rating 4 yang sudah berdiri tetap konsisten memasarkan produknya terlihat dari media sosial seperti

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.



Instagram yang aktif. Wooyoo memperoleh rating 2 karena tidak memiliki media sosial yang aktif sejak 3 tahun yang lalu serta tidak adanya promosi yang dilakukan.

#### g. Pelayanan

Pelayanan memperoleh bobot 0,12 dimana pelayanan menjadi salah satu kunci sukses dalam bisnis makanan dan minuman. Selain menyajikan produk dengan cita rasa tinggi bisnis makanan dan minuman perlu memperhatikan pelayanan yang diberikan. Karena dengan pelayanan yang baik dapat membuat pelanggan merasa puas sehingga memunculkan loyalitas pelanggan. FudgyBro mendapatkan rating 3 dan Wooyoo Ice Cream mendapatkan rating 4 dilihat berdasarkan review yang diberikan oleh pelanggan. *ScreamForIceCream* mendapatkan rating 2 karena perusahaan baru memulai bisnisnya sehingga akan berfokus pada pelayanan serta penyajian yang akan memberikan kepuasan pelanggan.

#### h. Merek

Merek memperoleh bobot 0,06 walaupun merek memperoleh bobot terkecil tetapi merek merupakan identitas dari perusahaan dan nilai pembeda dari pesaing. FudgyBro memperoleh rating 4 karena promosi yang aktif membuat FudgyBro dikenal. Wooyoo Ice Cream memperoleh rating 3 karena mereknya tidak terlalu dikenal karena tidak adanya promosi yang aktif. Sedangkan *ScreamForIceCream* memperoleh rating 1 karena bisnis baru akan dijalankan.

### C 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.



## F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

**Strength** adalah faktor yang membuat sebuah perusahaan unggul dibandingkan pesaingnya. Dengan menganalisis kekuatan akan mudah untuk membandingkan perusahaan dengan pesaing. Perusahaan akan lebih mudah menunjukkan kualitas keunggulan perusahaan dan memanfaatkannya untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan kualitas yang lebih baik. Berikut adalah Strength yang dimiliki oleh *ScreamForIceCream* :

1. Menghasilkan berbagai macam produk *soft – serve ice cream* dan makanan manis yang dapat dikombinasikan dengan *soft – serve ice cream* dengan kualitas produk yang baik. Kualitas produk yang baik dan terjamin karena mengambil bahan baku dari supplier yang terpercaya dan terjamin kualitasnya.
2. Menghasilkan menu dengan kombinasi rasa es krim yang berbeda dengan pesaing serta produk yang dihasilkan mampu beradaptasi dengan tren yang ada. Memiliki variasi produk yang beragam.
3. Lokasi yang strategis yang mudah dijangkau oleh para pelanggan dengan akses jalan yang dapat dilewati oleh semua kendaraan.
4. Harga yang kompetitif dibanding pesaing karena dapat dilihat dari pesaing harga yang diberikan *ScreamForIceCream* lebih mudah dijangkau semua kalangan.
5. Tempat yang nyaman dengan desain yang menarik dan fasilitas yang lengkap.

**Weakness** adalah faktor yang membuat perusahaan kurang unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Kelemahan akan menjadi kendala apabila tidak diperhatikan dan akan berpengaruh pada aktivitas perusahaan. Dengan mengetahui kelemahan yang dimiliki perusahaan akan mudah bagi perusahaan untuk mencari cara mengatasi kelemahan yang dimiliki, hal ini akan membantu perusahaan dalam persaingan pasar sehingga perusahaan mampu bertahan. Berikut adalah *Weakness* yang dimiliki oleh *ScreamForIceCream* :





1. Memiliki jangkauan pasar yang lebih sedikit karena perusahaan baru didirikan.
2. Merek yang belum dikenal dibandingkan dengan pesaing.
- Tenaga kerja yang masih belum berpengalaman.

*Opportunities* adalah faktor eksternal yang akan berpengaruh baik terhadap perusahaan apabila perusahaan dapat memanfaatkan peluang dengan baik yang berasal dari luar perusahaan untuk mengembangkan perusahaan. Berikut adalah *Opportunities* yang dimiliki oleh *ScreamForIceCream* :

Perubahan gaya hidup masyarakat. Kejenuhan terhadap kehidupan selama pandemi membuat adanya perubahan pada gaya hidup. Gaya hidup yang berubah sehingga membuat masyarakat mendatangi tempat baru setelah larangan pembatasan kegiatan di luar rumah dihapuskan membuat masyarakat mendatangi tempat – tempat baru.

Industri makanan dan minuman yang terus berkembang. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat konsumsi dan pendapatan masyarakat yang terus meningkat semenjak pemulihan perekonomian.

3. Kebijakan pemerintah yang mendukung kemajuan UMKM. Dengan membuat kebijakan untuk memberikan kemudahan dalam perizinan dan dukungan program untuk memfasilitasi perkembangan UMKM.

4. Perkembangan teknologi yang berpengaruh pada aktivitas bisnis karena memberikan kemudahan dalam pengoperasian serta pemasaran perusahaan.

*Threats* adalah faktor yang tidak diinginkan dalam lingkungan eksternal yang akan berbahaya apabila perusahaan tidak memperhatikan ancaman yang membahayakan performa perusahaan. Dengan menganalisis ancaman yang ada perusahaan dapat mengantisipasi dan mencari cara untuk mengatasi ancaman tersebut sehingga perusahaan dapat bertahan. Berikut adalah *Threats* yang dimiliki oleh *ScreamForIceCream* :



1. Konsep kedai es krim yang mudah ditiru sehingga menjadi ancaman bagi *ScreamForIceCream*.

Semakin berkembangnya industri makanan dan minuman di Jakarta membuat *ScreamForIceCream* harus mempersiapkan persaingan yang ketat dari perusahaan baru maupun pesaing baru yang telah lama berada di industri es krim.

Selera konsumen yang selalu berubah.

Mengutip dari Fred R. David dan Forest R. David (2017 : 255), matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk mengembangkan perusahaan dengan empat jenis strategi, yaitu SO (*strength-opportunities*), WO (*weaknesses-opportunities*), ST (*strengths-threats*), WO (*weaknesses-opportunities*). Berikut pada Tabel 3.4 merupakan matrix SWOT *ScreamForIceCream* :

**Tabel 3. 4**

**Matrix SWOT**

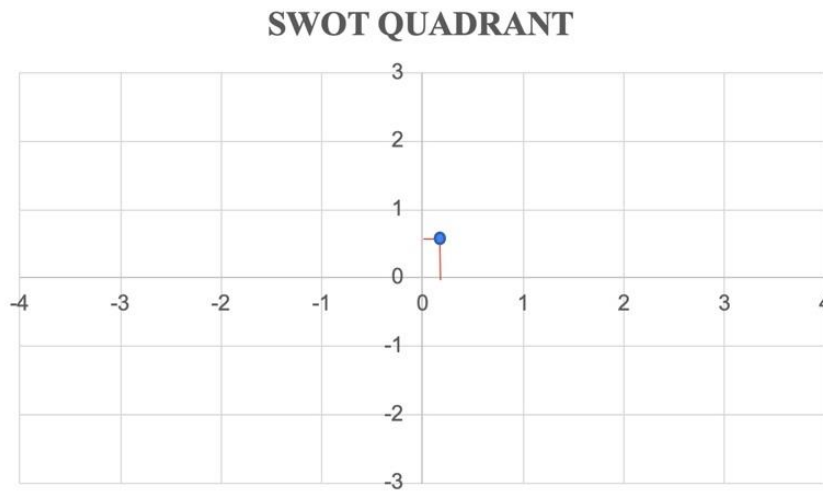
	<b>Strengths</b>	<b>Weaknesses</b>
<b>SWOT MATRIX</b>	1. Kualitas produk yang tinggi dan terjamin(S1)	1. Jangkauan pasar yang masih sedikit(W1)
	2. Variasi produk dan rasa yang beragam (S2)	2. Merek yang belum dikenal(W2)
	3. Harga yang kompetitif dibandingkan pesaing(S3)	3. Tenaga kerja yang belum berpengalaman(W3)
	4. Lokasi yang strategis. (S4)	
	5. Tempat nyaman & fasilitas lengkap(S5)	
<b>Opportunities</b>	<b>S-O Strategies</b>	<b>W-O Strategies</b>
1. Perubahan gaya hidup mengikuti tren(O1)	1. Mempertahankan kualitas produk dan layanan(S1,S3,O1,O3)	1. Promosi usaha yang dilakukan secara terus menerus(W1,W2,O3,O4)
2. Industri mamin yang terus berkembang(O2)	2. Melakukan inovasi produk mengikuti tren yang ada (S2,O1,O4)	2. Pemasaran produk melalui media sosial dan berinteraksi dengan pelanggan (W2,O1,O4)
3. Dukungan UMKM dari pemerintah(O3)	3. Desain tempat yang nyaman(S4,S5,O1,O4)	3. Memberikan pelatihan kepada karyawan (W3,O2,O4)
4. Teknologi yang selalu berkembang(O4)		
<b>Threats</b>	<b>S-T Strategies</b>	<b>W-T Strategies</b>
1. Persaingan dari pendatang baru (T1)	1. Inovasi produk dan layanan yang berbeda dari pesaing(S2,T1,T2,T3)	1. Membuat kompetisi yang menarik (W1,W2,T3)
2. Persaingan dengan pesaing yang telah ada(T2)	2. Desain interior yang berbeda dengan fasilitas lengkap (S4,S5,T1,T2,T3)	2. Berkolaborasi menciptakan produk dengan pesaing(W2,T1,T2,T3)
3. Selera konsumen yang terus berubah(T3)	3. Evaluasi terhadap produk dan layanan(S1,T1,T2)	3. Menciptakan konsep pelayanan yang berbeda dengan pesaing(W3, T1,T2)

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan deskripsi mengenai matrix SWOT yang didapatkan dari survey berikut adalah analisis SWOT yang dimiliki oleh *ScreamForIceCream* :

Gambar 3. 4

Analisis SWOT Kuadran



Sumber : *ScreamForIceCream*

Berdasarkan data yang telah diperoleh oleh penulis melalui hasil kuesioner, titik Y mendapatkan poin sebesar 0,60 dan poin X sebesar 0,19. Disimpulkan bahwa hasil analisis SWOT *ScreamForIceCream* berada pada posisi Kuadran 1. Dimana situasi yang terjadi dalam kuadran 1 sangat menguntungkan. *ScreamForIceCream* memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

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