



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Perekonomian Indonesia didorong oleh industri makanan dan minuman yang berkembang pesat di Indonesia. Pertumbuhan penjualan dikarenakan adanya peningkatan pendapatan masyarakat dan peningkatan pengeluaran untuk makanan dan minuman. Adanya berbagai wisata kuliner di setiap wilayah yang membuat industri ini selalu berkembang. Dengan munculnya berbagai makanan dan minuman yang unik tentu saja ikut meramaikan industri ini. Banyak bisnis kuliner yang dipromosikan melalui instagram dan tiktok yang dilakukan oleh para *influencer* sehingga trend bisnis kuliner di Indonesia semakin meningkat.

Perubahan gaya hidup di pusat perkotaan di Indonesia misalnya bagi para pekerja kantoran yang tidak memiliki waktu untuk memasak. Mereka lebih praktis membeli makanan yang sudah jadi. Beradaptasi dengan trend akan menjadi sangat penting karena budaya makan di Indonesia terus berubah. Salah satu trend utama adalah kesadaran kesehatan yang berkembang di kalangan penduduk muda Indonesia, yang menciptakan peluang untuk Nasi Tempong Nyai Saginah memasuki pasar.

Banyak cafe maupun restoran yang mengandalkan tempat yang nyaman untuk nongkrong dan *instagramable*. Mereka berlomba-lomba menarik pelanggan dengan tempat yang menarik dan penyajian yang unik. Namun terkadang banyak ditemukan jika tempat dengan nilai 10 namun rasa menu yang ditawarkan dengan nilai 4, sehingga membuat pelanggan hanya datang sesekali untuk menikmati tempatnya saja dan enggan kembali lagi dikarenakan rasa makanannya yang kurang. Oleh karena itu tempat yang menarik dan

nyaman harus di imbangi dengan rasa pada makanan yang ditawarkan agar mampu menarik pelanggan secara luas dan mempertahankan pelanggan tersebut.

3.2 Analisis Pesaing

Analisis Pesaing adalah suatu proses atau cara untuk mengidentifikasi ancaman dan peluang yang ada dari pesaing, serta mempelajari strategi dan permasalahan pesaing. Dengan analisis pesaing dapat diketahui kekuatan dan kelemahan pesaing sehingga perusahaan dapat merencanakan strategi yang efektif. Hal yang perlu diperhatikan untuk menganalisis pesaing yaitu, menentukan perusahaan pesaing, produk dan harga serta promosi yang dilakukan oleh pesaing.

Untuk merencanakan strategi pemasaran yang efektif maka perusahaan perlu mencari tahu sebanyak mungkin tentang para pesaingnya. Perusahaan dapat membandingkan strategi pemasaran, produk dan harga serta saluran pemasarannya. Dengan cara ini perusahaan dapat mengetahui keunggulan dan kelemahan dari pesaing.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018:542), “*Identifying key competitors; assessing their objectives, strategies, strengths and weaknesses, and reaction patterns and selecting which competitors to attack or avoid*”. Yang artinya mengidentifikasi pesaing utama dengan cara menilai tujuan, strategi, kekuatan dan kelemahan pesaing, dan pola reaksi pesaing dan memilih pesaing mana yang akan diserang atau dihindari.

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah penulis lakukan melalui *Instagram* dan *GoFood*, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap beberapa pesaing potensial yang menawarkan produk sejenis dengan Nasi Tempong Nyai Saginah. Berikut ini pesaing dari Nasi Tempong Nyai Saginah:





Tabel 3.1
Data Pesaing Nasi Tempong Nyai Saginah

No	Pesaing	Alamat	Kekuatan	Kelemahan
1	Nasi Tempong Sambal Jablay	Jl. Tanjung Duren Utara 4 No. 229, RT.8/RW.3, Tanjung Duren - Grogol Petamburan, Jakarta barat, 11470	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki beberapa cabang di Jakarta Memiliki beragam menu diantaranya ada sate taichan <i>Brand</i> sudah dikenal masyarakat 	<ol style="list-style-type: none"> Harga termasuk mahal dengan porsi yang sedikit Tidak bisa menjaga rasa sambal / rasa sering berubah-ubah Tempat makan kurang nyaman Tidak memiliki area parkir yang memadai Kemasan makanan kurang menarik
2	Nasi Tempong Mama Rempong	Jl. Kwitang Raya No. 22-23, Jakarta Pusat	<ol style="list-style-type: none"> Pemasaran melalui media sosial Memiliki beberapa varian menu Kemasan cukup baik 	<ol style="list-style-type: none"> Kurang menjaga cita rasa dan kualitas produk Tempat kurang nyaman Jumlah pengikut di sosial media masih kurang
3	Dapoer Badai	The Mansion Jasmine Access Road No.5, Pademangan Timur, Jakarta Utara, 14410	<ol style="list-style-type: none"> Pemasaran aktif melalui media sosial Memiliki banyak pilihan menu yang menarik Kemasan praktis dan menarik Dapat menerima pesanan dalam jumlah banyak. Misalnya untuk sebuah acara 	<ol style="list-style-type: none"> Kurang menjaga cita rasa produk Lokasi kurang mendukung karena berada di area apartemen

Berdasarkan data pesaing pada tabel 3.1, maka Nasi Tempong Nyai Saginah akan mengikuti dari sisi kekuatannya dan mengembangkannya menjadi lebih baik serta menjadikan kelemahan pesaing menjadi kelebihan Nasi Tempong Nyai Saginah. Beberapa pesaing diatas kurang memperhatikan tempat untuk pelanggan makan dengan nyaman



sedangkan Nasi Tempong Nyai Saginah nantinya akan menyediakan tempat yang lebih nyaman dan bersih.

3.3 Analisis *Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal*

Analisis PESTEL (*Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal*) merupakan alat yang memungkinkan organisasi untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi bisnis sehingga perusahaan dapat mengetahui segala risiko dan juga potensi bisnis yang dimilikinya. Faktor-faktor tersebut mengkaji peluang dan ancaman yang muncul.

Analisis PESTEL adalah metode penting yang digunakan perusahaan untuk menentukan strategi bisnisnya agar dapat lebih kompetitif di pasar dan bisnis memiliki peluang untuk berkembang. Berikut ini hasil dari analisis PESTEL Nasi Tempong Nyai Saginah yang dilakukan penulis:

a. Politik (*Politic*)

Faktor politik dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan menjadi sukses atau dapat menghambat perusahaan untuk berkembang.

Faktor yang harus dipertimbangkan yaitu pedoman pajak, hak cipta, peraturan perdagangan, kebijakan sosial dan lingkungan serta peraturan keselamatan. Perusahaan juga harus mempertimbangkan struktur kekuasaan karena perubahan kekuasaan akan mempengaruhi bisnis.

Politik di Indonesia saat ini dapat dikatakan cukup kondusif, yang sebelumnya perhatian pemerintah fokus pada pandemi covid-19 sekarang sudah mulai terlihat beberapa partai politik menunjukkan kepentingannya untuk memenangkan pemilihan umum pada tahun 2024 mendatang. Hal ini rentan mempengaruhi situasi politik menjadi tidak kondusif karena adanya perbedaan pilihan di masyarakat. Namun situasi politik di Indonesia tidak

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.



terlalu mempengaruhi industri kuliner karena kuliner menjadi kebutuhan dasar bagi setiap orang

Kebijakan pemerintah Indonesia sangat berkaitan dengan kondisi politik. Pada saat ini pelaku UMKM mendapatkan kemudahan dari pemerintah untuk mengembangkan bisnisnya seperti kemudahan mendapatkan izin usaha. Oleh karena itu, ada banyak UMKM pada industri kuliner yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia.

Jadi berdasarkan dampak dari kebijakan pemerintah Indonesia tersebut tentunya akan menjadi peluang bagi Nasi Tempong Nyai Saginah untuk mendapatkan izin usaha dan mendaftarkan merek serta melakukan pengembangan usaha. Maka kesimpulan dari analisis politik ini adalah **peluang** bagi Nasi Tempong Nyai Saginah.

b. Ekonomi (*Economic*)

Faktor ekonomi dapat mempengaruhi daya beli masyarakat terhadap suatu produk, salah satu faktornya adalah inflasi. Adanya kenaikan harga secara terus menerus dapat memberikan dampak negatif bagi suatu usaha. Jika ada kenaikan harga secara keseluruhan maka bahan baku dan biaya angkut menjadi naik sehingga daya beli masyarakat menjadi turun.

Kondisi ekonomi suatu negara akan berpengaruh pada konsumen, pelaku usaha serta industri itu sendiri. Oleh sebab itu maka pelaku usaha harus mempelajari lingkungan ekonomi untuk mengidentifikasi perubahan ekonomi yang sedang terjadi. Sehingga perusahaan mampu menerapkan strategi bersaing yang tepat pada kondisi tertentu.

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia pada Triwulan III-2022 berdasarkan besaran Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp 5.091,2 Triliun. Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada Triwulan III-2022 menunjukkan kinerja impresif dengan pertumbuhan sebesar 5,72 %. Dengan adanya pertumbuhan ekonomi yang

meningkat maka daya beli masyarakat terhadap pembelian produk kuliner juga akan meningkat, hal ini dapat menjadi **peluang** bagi Nasi Tempong Nyai Saginah.

c. Sosial Budaya (*Socio Cultural*)

Aspek sosial budaya sangat penting dalam bisnis karena berkaitan erat dengan gaya hidup dan perilaku masyarakat. Perubahan perilaku konsumen juga disebabkan oleh adanya budaya dalam masyarakat. Pengaruh budaya dapat mempengaruhi masyarakat secara tidak sadar. Aspek utama dalam faktor sosial dan budaya ialah gaya hidup masyarakat yang berubah mengikuti *trend* yang ada di masyarakat.

Saat ini masyarakat lebih cenderung untuk makan di restoran yang memiliki tempat yang *instagramable* dengan suasana yang *cozy*, sehingga konsumen dapat menikmati makanan dengan baik bersama teman, keluarga maupun kolega. Dengan gaya hidup masyarakat yang demikian tentu saja akan menjadi **peluang** yang menguntungkan Nasi Tempong Nyai Saginah yang menawarkan tempat terbaik untuk menikmati makanan.

d. Teknologi (*Technology*)

Perkembangan teknologi memberikan pengaruh yang sangat luas, teknologi memberikan kemudahan bagi kehidupan sehari-hari bagi masyarakat, perusahaan serta industri. Banyak kemudahan yang dapat dilakukan hanya dengan menggunakan *smartphone* seperti melakukan pembelian atau penjualan secara *online*.

Perubahan metode pemasaran konvensional menjadi digital merupakan pengaruh dari perkembangan teknologi. Pada masa sekarang ini masyarakat Indonesia sudah melek teknologi sehingga pemasaran secara digital akan menjadi lebih menguntungkan dan praktis daripada pemasaran secara konvensional serta dapat menghemat biaya pemasaran bagi perusahaan namun tetap dapat menjangkau konsumen secara lebih luas.

Perkembangan teknologi juga akan mempengaruhi Nasi Tempong Nyai Saginah dalam hal memasarkan produknya melalui sosial media dan *e-commerce* seperti *Go-food*





dan *Grab-food*. Selain itu perkembangan teknologi juga berdampak pada masyarakat untuk menggunakan aplikasi *Go-food* dan *Grab-food* untuk memesan makanan. Hal ini menjadi **peluang** bagi Nasi Tempong Nyai Saginah karena dengan adanya perkembangan teknologi dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

e. Lingkungan (*Environment*)

Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan harus memperhatikan kondisi lingkungan di sekitarnya yang bertujuan agar operasional bisnisnya berjalan dengan lancar. Salah satu contohnya yaitu memperhatikan lokasi yang tepat untuk membuka bisnis sehingga lokasi yang tepat akan menguntungkan perusahaan bahkan dapat bermanfaat bagi masyarakat di sekitar lokasi bisnis. Perusahaan juga harus memikirkan pengelolaan limbah dengan baik agar nantinya tidak menjadi masalah ataupun mengganggu masyarakat sekitar.

Nasi Tempong Nyai Saginah memilih lokasi di Jakarta karena dapat dikatakan kondisi lingkungan di Jakarta untuk bisnis makanan sangat kondusif. Hal ini dikarenakan Jakarta merupakan ibu kota negara, dimana pusat pemerintahan berada dan banyaknya orang perantau yang bekerja di Jakarta dan menginginkan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan pokok seperti makanan yang dengan mudah membeli daripada harus memasak yang membutuhkan waktu dan tenaga. Dengan kondisi lingkungan di Jakarta tersebut, maka hal ini menjadi **peluang** bagi Nasi Tempong Nyai Saginah.

f. Legal

Aspek hukum mencakup peraturan pemerintah, kebijakan pajak, undang-undang ketenagakerjaan, peraturan lingkungan, undang-undang perdagangan, dan perdagangan pembatasan dan sebagainya. Perusahaan perlu mengetahui apa yang legal dan apa yang tidak legal agar pemasaran dan penjualan produk berjalan dengan baik sesuai etika. Setiap negara memiliki aturan dan regulasi yang berbeda.

1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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.



Legal artinya sesuai dengan peraturan perundang-undangan atau hukum yang berlaku.

Hukum yang berlaku akan mempengaruhi kelancaran dalam menjalankan bisnis. Maka dari itu penting bagi Nasi Tempong Nyai Saginah untuk dapat menaati hukum yang berlaku yang mendasari jalannya kegiatan bisnis. Selain itu perusahaan perlu mengetahui jika ada potensi perubahan dalam undang-undang dan dampaknya di masa mendatang terhadap bisnis.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 5 Tahun 2021 tentang Perizinan Berusaha Berbasis Risiko meliputi Sertifikat Usaha dan Nomor Induk Berusaha (NIB). Dengan memiliki dua hal tersebut maka usaha Nasi Tempong Nyai Saginah akan memiliki legalitas dan dapat memudahkan dalam urusan pada bidang administratif. Sehingga hal ini menjadi peluang bagi Nasi Tempong Nyai Saginah untuk mengembangkan bisnisnya dengan aman karena sudah memiliki legalitas.

3.4 Analisis Pesaing (*Porter's Five Forces Business Model*)

Dalam suatu industri setiap bisnis memiliki pesaing yang potensial. Adanya persaingan tentu saja akan menguntungkan bagi konsumen karena akan terbentuk produk atau layanan yang semakin baik. Para pelaku bisnis akan berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik diantara para pesaingnya.

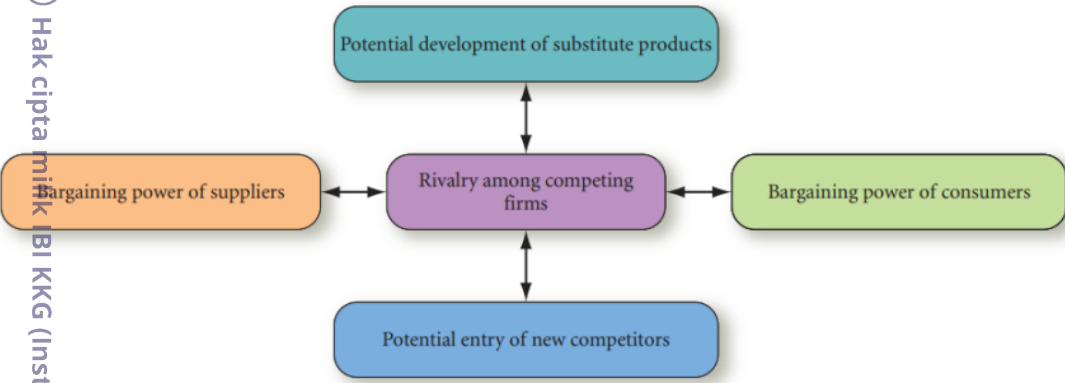
Alat yang digunakan untuk menentukan intensitas persaingan industri dan tingkat keuntungannya adalah *Porter's Five Forces Business Model*. Lima model kekuatan menurut Michael Porter adalah untuk memahami bagaimana lima kekuatan persaingan utama mempengaruhi suatu bisnis. Kelima kekuatan yang diidentifikasi adalah sebagai berikut:

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.



Gambar 3.1
Lima Kekuatan Persaingan Model Porter



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

a. Persaingan antar Perusahaan yang ada: Rendah

Dalam industri yang kompetitif, perusahaan harus bersaing secara agresif untuk merebut pangsa pasar. Persaingan antar pesaing sangat ketat saat adanya banyak pesaing yang memiliki kemampuan yang sama, produk tidak bervariasi dan loyalitas pelanggan yang rendah. Kekuatan ini merupakan penentu seberapa kompetitif dan menguntungkannya sebuah industri.

Perusahaan yang ada di dalam sebuah industri yang sama pada umumnya bersifat homogen. Perbedaan diantara mereka terletak pada sumber daya dan kemampuan yang menjadi kekuatan perusahaan tersebut. Persaingan pada umumnya berfokus pada harga, kualitas, dan inovasi yang dimiliki oleh perusahaan.

Tingkat persaingan antar Nasi Tempong di Jakarta saat ini dapat dikatakan rendah, karena jumlah penjual untuk produk Nasi Tempong tergolong masih sedikit. Hal ini tentu saja menjadi **peluang** bagi Nasi Tempong Nyai Saginah

b. Ancaman Pendatang Baru: Tinggi

Ancaman pendatang baru dapat menentukan seberapa mudah atau sulitnya untuk memasuki suatu industri tertentu. Ancaman ini dapat terjadi jika industri tersebut

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



menguntungkan dan hanya memiliki beberapa hambatan untuk masuk ke dalam industri.

Ancaman pendatang baru tinggi ketika perusahaan yang ada tidak memiliki hak paten maupun merek dagang, tidak mengikuti peraturan pemerintah, untuk membuka usaha tidak memerlukan modal yang besar, dan loyalitas pelanggan yang rendah, serta produk yang dihasilkan hampir identik.

Pendatang baru bisa menjadi ancaman yang serius bagi perusahaan yang sudah ada.

Pendatang baru bisa saja memiliki modal yang lebih besar, menggunakan teknologi terbaru, dan mampu menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Di dalam sebuah industri, pendatang baru harus mampu menawarkan produk yang lebih unik. Jika pendatang baru tidak mampu menawarkan produk yang lebih baik maka akan susah bersaing dalam industri.

Ancaman pendatang baru bagi Nasi Tempong Nyai Saginah termasuk dalam kategori tinggi, maka dapat disimpulkan ini menjadi **ancaman** bagi Nasi Tempong Nyai Saginah, karena pendatang baru mudah untuk masuk ke dalam usaha sejenis.

c. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok: Rendah

Ketika pemasok memiliki kekuatan tawar menawar yang kuat, maka pemasok akan menjual produk dengan harga yang tinggi atau rendah kepada pembeli. Pemasok memiliki kekuatan tawar menawar yang kuat saat adanya sedikit pemasok tetapi banyak pembeli, pemasok memiliki sumber daya yang langka, terdapat sedikit bahan baku pengganti, serta biaya penggantian bahan baku sangat tinggi.

Pemasok memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan, karena mereka yang memberikan *input* bahan baku bagi perusahaan untuk memproses dan menghasilkan *output*. Oleh karena itu penting bagi perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan pemasok agar dapat saling memberikan keuntungan dan memperlancar proses produksi secara berkelanjutan.



Kekuatan tawar menawar bagi Nasi Tempong Nyai Saginah dapat dikatakan rendah, karena memiliki pemasok yang banyak, dan bahan-bahan untuk produksi Nasi Tempong bukan merupakan bahan yang langka sehingga dengan mudah dapat ditemukan. Dengan kekuatan tawar menawar pemasok yang rendah maka hal ini menjadi **peluang** bagi Nasi Tempong Nyai Saginah.

d. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli: Rendah

Kemampuan pembeli untuk membeli suatu produk dapat memberikan kekuatan bagi pembeli untuk mempengaruhi persaingan antar perusahaan dalam industri. Pembeli memiliki kekuatan untuk menentukan harga menjadi lebih rendah atau kualitas yang lebih tinggi. Harga yang lebih rendah akan menurunkan pendapatan bagi perusahaan, sementara kualitas yang lebih tinggi pada umumnya membutuhkan biaya produksi yang tinggi pula. Kedua hal tersebut dapat mengurangi keuntungan perusahaan.

Pembeli memiliki kekuatan tawar menawar yang kuat ketika pembeli membeli dalam jumlah banyak, adanya sedikit pembeli, adanya banyak produk pengganti, dan pembeli sensitif terhadap harga serta biaya pengalihan ke pemasok lain rendah.

Kekuatan tawar menawar pembeli pada Nasi Tempong Nyai Saginah tergolong rendah sehingga ini menjadi **peluang** bagi Nasi Tempong Nyai Saginah, karena adanya banyak pembeli sementara penjual masih sedikit.

e. Ancaman Produk Substitusi: Tinggi

Produk substitusi atau produk pengganti merupakan produk dalam bentuk berbeda namun dapat memuaskan kebutuhan yang sama dari produk lain. Kekuatan ini dapat menjadi ancaman yang serius jika pembeli dapat dengan mudah menemukan produk pengganti dengan harga lebih rendah dan kualitas yang lebih baik.

Ancaman produk substitusi dalam industri pada Nasi Tempong Nyai Saginah dapat dikatakan tinggi sehingga dapat dikatakan sebagai **ancaman** bagi Nasi Tempong Nyai



Saginah. Dikarenakan bahan baku untuk produksi dalam usaha ini adalah bahan-bahan hasil dari perkebunan dan pertanian dimana tidak memiliki potensi perbedaan harga yang sangat jauh dari pesaingnya.

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

Menurut Fred R. David (2017:236), "*The Competitive Profile Matrix identifies a firm's major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm's strategic position*". Yang memiliki arti CPM adalah manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing di dalam sebuah industri, karena analisis CPM mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Analisis CPM membantu perusahaan untuk menganalisis siapa yang menjadi pesaing utama perusahaan dan menggambarkan kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dibandingkan dengan perusahaan pesaing.

Setiap indikator yang menjadi pembanding diberi peringkat yaitu, 4 adalah kekuatan utama, 3 sebagai kekuatan kecil, 2 artinya kelemahan kecil, 1 merupakan kelemahan utama. Kemudian peringkat tersebut dikalikan dengan bobot yang sudah ditentukan dan hasilnya akan menunjukkan apakah bisnis tersebut mampu bersaing atau tidak. Semakin tinggi angka yang dihasilkan maka semakin tinggi juga kekuatan dari bisnis tersebut dan sebaliknya jika yang dihasilkan menunjukkan angka yang rendah maka bisnis tersebut memiliki kelemahan yang besar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. 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.



Tabel 3.2
Competitive Profile Matrix Nasi Tempong Nyai Saginah

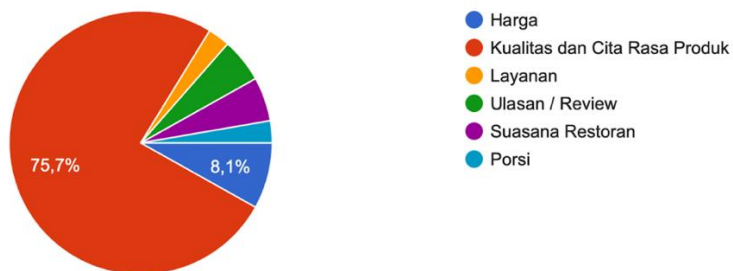
Critical Success Factor	Bobot	Nasi Tempong Nyai Saginah		Nasi Tempong Sambal Jablay		Nasi Tempong Mama Rempong		Dapoer Badai	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga	0,081	3	0,243	2	0,162	4	0,324	3	0,243
Kualitas dan Cita Rasa Produk	0,757	4	3,028	3	2,271	1	0,757	3	2,271
Layanan	0,027	3	0,081	2	0,054	2	0,054	4	0,216
Ulasan	0,054	2	0,108	3	0,162	3	0,162	3	0,162
Suasana Restoran	0,054	4	0,216	1	0,054	2	0,108	2	0,108
Porsi	0,027	3	0,081	2	0,054	4	0,108	3	0,081
Total	1		3,757		2,757		1,513		3,081

Sumber: Data kuesioner yang diolah

Pada tabel 3.2 merupakan CPM dari Nasi Tempong Nyai Saginah dengan membandingkan dengan pesaing potensial yang ada di Jakarta. Dimana angka bobot didapat dari hasil kuesioner responden laki-laki 54.1% dan responden wanita 45,9% dengan rentang usia kurang dari 20 tahun sampai lebih dari 40 tahun.

Gambar 3.2
Bobot Pengaruh Pembelian Nasi Tempong

Hal utama apa yang mempengaruhi anda dalam pembelian nasi temping?
37 jawaban





Berdasarkan hasil analisis CPM, Nasi Tempong Nyai Saginah menghasilkan skor yang unggul daripada ketiga pesaing yaitu sebesar 3,757 dan diikuti oleh Dapoer Badai dengan skor 3,081, dan Nasi Tempong Sambal Jablay yang memiliki skor 2,757 serta di urutan keempat yaitu Nasi Tempong Mama Rempong dengan skor 1,513. Berikut ini menjelaskan faktor yang mempengaruhi pembelian Nasi Tempong Nyai Saginah:

a. Harga

Berdasarkan hasil kuesioner harga berada pada posisi kedua setelah kualitas dan cita rasa produk. Faktor harga yang akan ditetapkan pada Nasi Tempong Nyai Saginah adalah harga yang mampu bersaing di pasar, hal ini dapat dilihat dari skor yang dihasilkan oleh Nasi Tempong Nyai Saginah dan ketiga pesaing lainnya yang menunjukkan stok yang tidak berbeda jauh selisihnya.

b. Kualitas dan Cita Rasa Produk

Faktor kualitas dan cita rasa produk berada pada posisi yang paling penting dalam mempengaruhi pembelian nasi tempong. Faktor ini memiliki bobot sebesar 0,757. Dapat menjaga kualitas produk dan cita rasa yang stabil tentunya menjadi tujuan dari Nasi Tempong Nyai Saginah agar mampu bertahan dan bersaing dalam sebuah industri.

c. Layanan

Berdasarkan pada hasil kuesioner layanan memiliki bobot 0,027 yang artinya faktor layanan kurang mempengaruhi pembelian nasi tempong. Namun bagaimanapun layanan terbaik akan diberikan oleh Nasi Tempong Nyai Saginah agar tercipta hubungan yang baik dengan pelanggan sehingga loyalitas pelanggan tinggi.



d. Ulasan

Ulasan produk memiliki bobot 0,054 pada kuesioner faktor yang mempengaruhi pembelian nasi tempong. Akan tetapi rating ulasan pada Nasi Tempong Nyai Saginah menjadi kelemahan, karena merupakan bisnis baru sehingga belum memiliki ulasan produk.

e. Suasana Restoran

Konsep desain dan suasana restoran yang akan diterapkan pada Nasi Tempong Nyai Saginah adalah memfokuskan pada kenyamanan pelanggan dalam menikmati makanan di restoran. Mengingat saat ini banyak restoran yang memiliki konsep yang unik untuk menarik pelanggan dan hasil kuesioner menunjukkan hasil 0.054 artinya suasana restoran juga mempengaruhi pembelian.

f. Porsi

Porsi harus sepadan dengan biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan agar pelanggan tidak merasa kecewa dengan porsi yang diperoleh. Faktor ini juga mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli suatu produk.

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analisis)

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018:79), “*An overall evaluation of the company’s strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T)*”. Artinya evaluasi menyeluruh terhadap kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), ancaman (T). Analisis SWOT mengidentifikasi faktor internal maupun faktor eksternal secara sistematis untuk merencanakan strategi apa yang tepat diterapkan dalam sebuah perusahaan.

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.

© 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.



Tujuan perusahaan melakukan analisis SWOT adalah untuk mengetahui dan memahami kondisi suatu perusahaan saat ini, sehingga perusahaan mampu mengambil keputusan strategis. Berikut ini adalah komponen dari analisis SWOT:

a. *Strengths (S)*

Kondisi yang menggambarkan kekuatan suatu perusahaan saat ini. Misalnya menganalisis tentang kelebihan yang dimiliki perusahaan seperti dari segi kualitas produk, lokasi yang strategis, teknologi, layanan terbaik dan unsur kekuatan yang menunjukkan keunggulan dari perusahaan tersebut. Perusahaan harus mampu menganalisis kekuatan yang dimiliki.

b. *Weaknesses (W)*

Sangat penting untuk mengetahui kekurangan atau kelemahan yang dimiliki perusahaan. Untuk mengetahuinya maka diperlukan melakukan perbandingan dengan perusahaan pesaing agar dapat mengetahui apa yang tidak dimiliki oleh perusahaan, namun perusahaan pesaing memilikinya dan bisa mengetahui melalui ulasan atau *review* dari konsumen tentang apa yang kurang dari sebuah perusahaan. Hal ini perlu diperhatikan dan diperbaiki agar perusahaan tidak kalah saing.

c. *Opportunities (O)*

Analisis peluang dibuat pada awal membangun sebuah bisnis, karena bisnis dibentuk atas dasar peluang yang memungkinkan bisnis tersebut bertahan dan diterima di masyarakat dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Peluang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mencapai misi, visi dan tujuan.

Hak Cipta milik 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.



d. *Threats (T)*

Analisis ancaman sangat penting karena dapat menentukan apakah bisnis tersebut mampu bertahan atau tidak di masa mendatang. Unsur ancaman misalnya banyaknya pesaing potensial, kelangkaan sumber daya, bencana alam dan sebagainya.

Tabel 3.3
Analisis SWOT Nasi Tempong Nyai Saginah

<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan bersifat kompetitif 2. Kualitas dan cita rasa produk terjamin 3. Lokasi yang strategis 4. Memiliki pelayanan terbaik 5. Tempat nyaman dan bersih 6. Produk tidak mengandung MSG 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brand belum dikenal masyarakat luas 2. Ulasan produk belum banyak karena usaha baru 3. Modal pribadi yang terbatas
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan mendapatkan izin usaha 2. Bahan baku mudah diperoleh 3. Perkembangan teknologi membantu mengembangkan bisnis 4. Gaya hidup masyarakat yang ingin praktis dan cepat 5. Situasi persaingan yang belum terlalu ketat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing baru yang potensial 2. Minat masyarakat yang berubah-ubah 3. Adanya bencana alam 4. Terjadinya Inflasi

Sumber: Observasi Penulis

Alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara rinci bagaimana peluang dan ancaman yang merupakan faktor eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan sebagai faktor internal. Matriks ini akan menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi yang akan terbentuk.

a. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mendapatkan peluang sebesar-besarnya

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



- b. Strategi ST (*Strengths-Threats*), menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi adanya ancaman
- c. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang
- d. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*), meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman.

Tabel 3.4
Matriks SWOT Nasi Tempong Nyai Saginah

Internal	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan bersifat kompetitif 2. Kualitas dan cita rasa produk terjamin 3. Lokasi yang strategis 4. Memiliki pelayanan terbaik 5. Tempat nyaman dan bersih 6. Produk tidak mengandung MSG 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Brand</i> belum dikenal masyarakat luas 2. Ulasan produk belum banyak karena usaha baru 3. Modal pribadi yang terbatas
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan mendapatkan izin usaha 2. Bahan baku mudah diperoleh 3. Perkembangan teknologi membantu mengembangkan bisnis 4. Gaya hidup masyarakat yang ingin praktis dan cepat 5. Situasi persaingan yang belum terlalu ketat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menawarkan promo menarik dengan memanfaatkan teknologi (S1, O3) 2. Mampu memberikan pelayanan yang cepat tanggap dalam persaingan seperti yang dibutuhkan masyarakat yaitu praktis dan cepat (S4, O4, O5) 3. Lokasi yang strategis akan memudahkan proses distribusi bahan baku dengan mudah, sehingga bahan baku yang segar dan berkualitas dapat diperoleh (S3, O2, S2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan pemasaran digital untuk membangun <i>brand</i> (W1, O3)
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing baru yang potensial 2. Minat masyarakat yang berubah-ubah 3. Adanya bencana alam 4. Terjadinya Inflasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan promo menarik dan berinovasi untuk memenangkan persaingan (S1, T1, T2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerja sama dengan Gojek, Grab, dan Shopee (W1, W2, T2)

Sumber: Nasi Tempong Nyai Saginah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengartikan sumbernya. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.