

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), di tahun 2021 rata-rata penduduk Indonesia mengeluarkan Rp 1,26 juta per bulannya untuk biaya konsumsi. Rata-rata penduduk Indonesia menghabiskan Rp 622,8 ribu per bulannya untuk konsumsi makanan. Selain itu, kehidupan sosial masyarakat dalam budaya dan agama juga menjadi salah satu faktor dalam konsumsi produk. Tentunya masyarakat yang beragama Islam akan mengkonsumsi produk halal. Agama Islam merupakan mayoritas agama yang dipeluk oleh masyarakat dengan jumlah 237,53 juta jiwa atau sebesar 86,9%, dari jumlah masyarakat Indonesia yang mencapai 273,32 juta jiwa menurut Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri).

Makanan dalam bentuk rice bowl saat ini sedang trend di kalangan masyarakat Indonesia. Rice bowl merupakan makanan yang awal mulanya berasal dari negara Jepang yang biasa dikenal dengan donburi. Donburi memiliki komposisi protein yang ditemani dengan nasi, yang menjadi santapan habis tanpa menyita waktu yang padat. Seperti salah satu usaha makanan rice bowl yang ingin penulis buat adalah Top Bowl.

3.2 Analisis Pesaing

Setiap perusahaan pastinya memiliki kekuatan dan kelemahan di bidang fungsional bisnis. Tidak ada satupun perusahaan yang sama kuat atau lemahnya di setiap bidang. Setiap usaha tentunya tidak lepas dari yang namanya persaingan. Dengan adanya perkembangan teknologi yang menyebabkan terjadinya pertumbuhan industri, tidak luput di bidang kuliner. Maka tentunya setiap usaha sangat memerlukan adanya nilai kreativitas dan inovasi, agar para pelanggan tidak bosan dengan produk yang ditawarkan. Tingkat keberhasilan suatu usaha dapat





terjadi apabila perusahaan dapat melihat kelebihan dan kekurangan dari pesaing serta memanfaatkan peluang yang ada untuk melakukan pengembangan usaha.

Hal ini sangatlah penting karena dengan melihat data tersebut, maka perusahaan dapat melakukan analisis dan memiliki perbandingan mengenai kelebihan dari suatu usaha. Perusahaan juga perlu memperbaiki kekurangan agar dapat menyaingi kelebihan dari pesaing serta mengantisipasi tindakan yang kurang efektif. Dari analisis penulis, ada beberapa pesaing potensial yang dapat menyaingi usaha Top Bowl. Ada beberapa faktor sebagai acuan dalam menentukan kekuatan dan kelemahannya yang dilihat dari segi harga produk, kualitas produk, nilai produk, citra merek dan porsi. Berikut tabel dari pengamatan penulis:

Tabel 3.1
Analisis Pesaing Top Bowl

Pesaing	Kekuatan	Kelemahan
Sec Bowl	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki banyak cabang Memiliki varian menu yang unik 	Harga yang ditawarkan lebih mahal
Mangkokku	<ol style="list-style-type: none"> Pemiliknya merupakan celebrity chef Memiliki banyak varian menu dengan harga terjangkau Memiliki cita rasa yang berbeda karena merupakan resep seorang chef terkenal 	Porsi daging sedikit

Sumber: Observasi Penulis

3.3 Analisis PESTEL

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Analisis PESTEL adalah analisis lingkungan eksternal di suatu perusahaan yang memungkinkan untuk melihat serta mengevaluasi berbagai faktor yang dapat mempengaruhi

usaha Top Bowl. Berikut hasil analisis PESTEL terhadap usaha Top Bowl:

1. Politic (Politik)

Kondisi pandemi Covid-19 telah banyak memberikan pola hidup masyarakat yang dikarenakan harus hidup berdampingan dengan virus Covid-19. Kondisi negara Indonesia sendiri sudah kembali pulih dibandingkan beberapa tahun yang lalu. Kebijakan seperti rumah makan atau kafe sudah kembali diperbolehkan. Masyarakat juga sudah kembali percaya untuk memesan makanan dari luar. Pemerintah menyediakan dukungan kepada UMKM melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) pada tahun 2020 dan pada tahun 2021, pemerintah sudah menyediakan dana untuk kelanjutan program PEN sebagai bentuk dukungan pemulihan UMKM di masa pandemi.

2. Economic (Ekonomi)

Adanya pandemi Covid-19, UMKM sangat terkena dampaknya, dimana terjadinya penurunan tingkat konsumsi dari masyarakat yang menyebabkan para pelaku bisnis mengalami penurunan pendapatan, yang juga mengganggu kegiatan operasional bisnis. Untuk itu UMKM harus dapat bangkit dan diselamatkan dari pandemi ini.

Ekonomi sudah kembali pulih, karena penanganan pandemi yang cukup baik sehingga aktivitas masyarakat sudah mulai kembali dilakukan seperti biasanya, yang merupakan penggerak perekonomian Indonesia. Dengan adanya pertumbuhan ekonomi yang semakin baik, maka akan terjadi peningkatan daya beli masyarakat. Sektor industri makanan dan minuman merupakan penunjang perekonomian Indonesia yang paling tinggi. Hal tersebut menjadi peluang bagi Top Bowl untuk dapat memasuki industri makanan karena laju pertumbuhan yang semakin baik.



3. Social (Sosial)

Masyarakat sudah berubah dalam konteks peradaban, kini masyarakat sudah hidup dalam pola informasi. Dengan perubahan gaya hidup masyarakat sekarang ini, banyak masyarakat yang peduli akan kesehatan tubuh. Dengan mengurangi makanan yang instan serta memilih untuk mengkonsumsi makanan yang lebih sehat. Kesibukan yang dialami oleh masyarakat di kota besar seperti Jakarta membuat masyarakat tidak memiliki waktu untuk memasak dan memilih untuk memesan makanan secara online. Hal ini juga merupakan peluang usaha yang menjanjikan untuk Top Bowl, ditambah dengan kebutuhan masyarakat akan makanan yang lebih sehat.

4. Technology (Teknologi)

Teknologi sangatlah penting bagi kehidupan masyarakat sekarang ini. Kehadiran teknologi membawa kemudahan untuk mencari informasi, ilmu pengetahuan, membantu dalam berkomunikasi dan berbisnis. Salah satunya dalam industri makanan, teknologi membantu dalam peningkatan kembali bisnis kuliner yang ada di berbagai daerah setelah adanya pandemi. Akibat dari pandemi Covid-19 secara tidak langsung yang memaksa masyarakat untuk memanfaatkan teknologi digital, salah satunya adalah digital marketing bisnis. Fungsi pemasaran adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia secara menguntungkan. Top Bowl dapat melakukan promosi secara luas dengan berbagai platform digital yang sudah ada. Munculnya food vlogger dan sebagainya sangat membantu dalam mempromosikan dan menciptakan tren yang diikuti oleh sebagian besar masyarakat.

Dengan adanya bantuan teknologi, membuat suatu usaha dapat berkembang dengan sangat cepat serta memudahkan dalam melakukan kegiatan operasional sehari-hari. Top Bowl memanfaatkan teknologi digital ini dalam melakukan pemasaran

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.



produk serta menggunakan berbagai platform food delivery yang dapat memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan secara online.

5. Environment (Lingkungan)

Lingkungan menjadi salah satu faktor yang menjadi penting, segala produk dituntut untuk eco friendly atau ramah lingkungan. Bahan-bahan yang akan digunakan untuk produksi produk diharapkan berasal dari bahan yang tidak merusak lingkungan dan juga tidak berbahaya bagi tubuh. Hal ini merupakan peluang usaha bagi Top Bowl, karena bahan-bahan yang digunakan berasal dari bahan alami seperti daging sapi yang berasal dari hewan serta rempah-rempah yang berasal dari alam dan tidak berbahaya bagi tubuh.

6. Legal (Hukum)

Setiap negara pastinya memiliki hukum yang harus dipatuhi oleh para pelaku bisnis. Maka dari itu, para pelaku bisnis perlu memperhatikan produk yang dipasarkan serta proses usahanya agar tidak melanggar aturan yang berlaku di suatu negara. Suatu usaha harus memiliki kelengkapan surat yang dibutuhkan agar dapat didaftarkan kepada negara. Berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, diperlukan berbagai dokumen yang wajib dimiliki oleh pelaku usaha seperti, Akta Pendirian Perusahaan, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Surat Izin Tempat Usaha, Surat Izin Usaha Industri (SIUI), Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP) dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP).

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

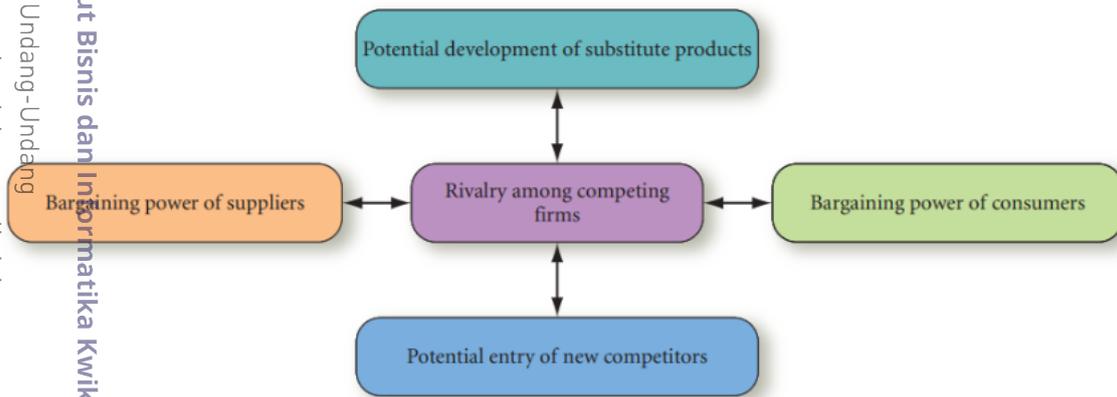
Kondisi usaha Top Bowl dapat dianalisis dengan menggunakan Porter Five Forces Model. Lima Kekuatan Persaingan model Porter adalah sebuah kerangka kerja dalam

melakukan suatu analisis pada industri dan pengembangan strategi usaha yang dibesarkan oleh Michael Porter tahun 1979. Berikut ini merupakan gambar dari Lima Kekuatan Persaingan

menurut Porter:

Gambar 3.1

Lima Kekuatan Persaingan model Porter



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

1. Ancaman Pendatang Baru

Masuknya pesaing baru untuk usaha makanan memiliki potensi yang cukup besar, dengan peluang yang besar, perizinan yang mudah didapatkan dan tidak diperlukan modal yang besar untuk membuat usaha makanan ini yang membuat banyak pesaing baru yang akan bertambah banyak dengan kelebihan masing-masing produk. Pemasaran menjadi faktor penting dalam menarik perhatian calon pelanggan. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, penulis akan memanfaatkan berbagai platform sosial media serta melakukan proses penjualan menggunakan aplikasi food delivery.

2. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





Peran pemasok sangatlah dibutuhkan bagi suatu usaha, terutama usaha yang bergerak di bidang makanan seperti Top Bowl. Tanpa adanya kehadiran dari pemasok bahan baku utama, maka suatu usaha akan mengalami kesulitan dalam melakukan proses produksi. Pemasok mempunyai kemampuan dalam membatalkan kerja sama serta mampu untuk menaikkan dan menurunkan harga bahan baku. Maka dari itu penulis harus menjaga hubungan baik dengan calon pemasok untuk mendapatkan bahan baku yang berkualitas dengan harga yang sesuai dengan keinginan penulis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti

Berbagai macam produk pengganti dapat menjadi ancaman untuk usaha makanan seperti Top Bowl, macam-macam produk pengganti ini mempunyai peluang besar untuk menggantikan produk Top Bowl. Bagi suatu usaha makanan yang bergerak di bidang makanan dan minuman ini, ancaman dari berbagai produk pengganti harus diwaspadai, karena memiliki konsep yang lebih menarik dengan harga yang sesuai pasar. Top Bowl harus mengutamakan kepuasan pelanggan dan selalu menjaga hubungan yang baik pelanggan serta berinovasi untuk produk selanjutnya.

4. Kekuatan Penawaran Pembeli

Para konsumen selalu mencari produk yang sesuai keinginan dan kebutuhan mereka. Maka Top Bowl memerlukan daya tarik pembeli, dengan selalu menjaga kualitas produk dan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan karena sekarang ini para konsumen sudah mulai memperhatikan dan membandingkan kualitas, pelayanan dan harga yang ditawarkan.

5. Persaingan Antar Perusahaan

Persaingan antar perusahaan memiliki dampak bagi Top Bowl. Top Bowl juga perlu menjaga hubungan baik dengan para pesaing agar perusahaan lain tidak curang dalam merebut pelanggan dan dapat bersaing secara sehat. Suatu perusahaan harus

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



menonjolkan keunggulan produk yang dimiliki agar calon pembeli dan pelanggan akan loyal terhadap produk yang dimiliki.

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

Competitive Profile Matrix menurut David (2017 : 236) adalah alat yang mampu mengidentifikasi para pesaing berdasarkan indikator yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing di dalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki.

Faktor keberhasilan yang ada dalam Matrik Profil Kompetitif mencakup dalam nilai internal dan eksternal yang mengacu pada kekuatan dan juga kelemahan.

1. Nilai 4 = kekuatan utama
2. Nilai 3 = kekuatan minor
3. Nilai 2 = kelemahan minor
4. Nilai 1 = kelemahan utama

Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix Top Bowl

Faktor Keberhasilan	Bobot	Top Bowl		Sec Bowl		Mangkokku	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai



1.	Harga Produk	0.206	4	0.824	2	0.412	3	0.618
2.	Cita Rasa	0.529	3	1.587	4	2.116	4	2.116
3.	Nilai Produk (sehat dan tinggi akan protein)	0.147	4	0.588	3	0.441	3	0.441
4.	Citra Merek	0.060	2	0.012	3	0.018	4	0.024
5.	Porti	0.029	4	0.116	2	0.058	2	0.058
6.	Kemasan	0.029	3	0.087	4	0.116	4	0.116
	Total	1	20	3.214	18	3.161	20	3.373

Sumber: Observasi Penulis

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

SWOT menurut Kotler dan Armstrong (2018 : 80) adalah evaluasi keseluruhan dari kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T) perusahaan. Strength merupakan gambaran dari kekuatan dari suatu perusahaan dengan cara melakukan analisis kekuatan perusahaan dengan kekuatan para pesaing. Apabila perusahaan memiliki keunggulan dalam kualitasnya, maka keunggulan tersebut bisa digunakan untuk mengisi segmen pasar dengan kualitas yang lebih baik.

Weakness merupakan gambaran dari kelemahan dari suatu perusahaan. Dari kelemahan tersebut dapat menyebabkan gangguan yang besar dalam keberlangsungan perusahaan. Suatu perusahaan perlu memperhatikan hal tersebut sehingga perusahaan tidak kalah dalam persaingan yang terjadi di pasar.

Opportunities merupakan gambaran dari peluang yang ada diluar perusahaan. Dari gambaran tersebut akan menghasilkan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membuat perusahaan lebih berkembang serta menciptakan ide-ide yang baru.

Threats merupakan gambaran dari ancaman bagi suatu perusahaan. Dengan adanya ancaman dapat menjadi faktor utama yang mengancam berdirinya suatu perusahaan. Ancaman akan menghadapi perusahaan pada kondisi yang tidak menguntungkan dan dapat berakibat pada kehancuran perusahaan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Dengan melakukan analisis yang menggunakan metode SWOT, maka perusahaan akan memiliki informasi untuk membuat strategi yang akan menentukan keberlangsungan

perusahaan di masa depan. Berikut merupakan analisis SWOT Top Bowl:

1. Strengths (Kekuatan)

1. Memiliki porsi yang sesuai dengan kebutuhan protein komunitas olahraga
2. Konsep kemasan yang praktis sehingga cocok untuk masyarakat dengan mobilitas yang tinggi
3. Produk yang sehat dan tinggi akan protein
4. Memiliki harga yang terjangkau dalam produk sejenis

2. Weakness (Kelemahan)

1. Merek yang belum dikenal
2. Hanya ada satu gerai

3. Opportunities (Peluang)

1. Bahan baku yang relatif mudah didapatkan karena lokasi dekat pasar
2. Membangun relasi dengan layanan pesan antar untuk memudahkan konsumen dalam pemesanan

4. Threats (Ancaman)

1. Sudah banyak pesaing dengan usaha sejenis
2. Selera masyarakat yang selalu berubah, sehingga diperlukan inovasi produk
3. Kondisi ekonomi yang tidak stabil

Tabel 3.3

Matrix SWOT Top Bowl

Internal	Strength (S)	Weakness (W)
-----------------	---------------------	---------------------

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan atau perusahaan.
- 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.

Eksternal

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki porsi yang sesuai dengan kebutuhan protein komunitas olahraga 2. Konsep kemasan yang kekinian dan praktis sehingga cocok untuk masyarakat dengan mobilitas yang tinggi 3. Produk yang sehat dan tinggi akan protein 4. Memiliki harga yang terjangkau dalam produk sejenis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merk yang belum dikenal 2. Hanya ada satu gerai
<p>Opportunity (O)</p>	<p>Strategi SO</p>	<p>Strategi WO</p>
<p>1. Bahan baku yang relatif mudah didapatkan karena lokasi dekat pasar</p> <p>2. Membangun relasi dengan layanan pesan antar untuk memudahkan konsumen dalam pemesanan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan program yang disediakan pemerintah yaitu Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) (S1,O1) 2. Memberikan potongan 10% dengan melakukan pembelian menggunakan platform “food delivery” (S4,O2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pemasaran melalui layanan pesan antar untuk meningkatkan “brand awareness” dari masyarakat (W1,O2) 2. Memberikan promo gratis ongkir yang ada di platform “food delivery” untuk menarik pelanggan (W1,O2)
<p>Threat (T)</p>	<p>Strategi ST</p>	<p>Strategi WT</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah banyak pesaing dengan usaha sejenis 2. Selera masyarakat yang selalu berubah, sehingga diperlukan inovasi produk 3. Kondisi ekonomi yang tidak stabil 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menunjukkan keunikan produk yang berbeda dari pesaing (S3,T1) 2. Bekerjasama dengan food blogger untuk memperkenalkan produk yang sesuai dengan selera masyarakat (S2,T1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kepercayaan masyarakat yang telah diberikan masyarakat (W1,T1) 2. Membangun citra yang baik kepada masyarakat (W1,W2,T1)