

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Langkah utama sebelum memulai usaha adalah pemilik perlu melakukan analisis industri dari bidang usaha yang akan di jalankan, karena setiap jenis usaha memiliki karakteristik dan tingkat kesulitan yang berbeda. Dengan melakukan analisis yang benar, pemilik usaha dapat mengetahui besar-kecilnya peluang untuk bidang bisnis tersebut serta kondisi pesaing dan pasar yang akan dihadapi. Analisis ini dapat mempermudah pemilik untuk mempersiapkan usaha-nya dengan matang, serta dapat memilih strategi yang terbaik untuk menjalankan usaha agar mencapai kesuksesan yang di inginkan.

3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Untuk menjalankan sebuah usaha, seorang usahawan perlu memiliki pemahaman secara keseluruhan dan mendalam mengenai perkembangan tren dan pertumbuhan industri yang sedang di tekuni. berdasarkan Chaniago (2022), pandemi covid-19 membuat masyarakat lebih gencar mengkonsumsi makanan sehat, dengan adanya perubahan gaya hidup menjadi lebih sehat seperti ini masyarakat mulai menjadikan plant based food sebagai sebuah tren. Tidak hanya itu tetapi pola makan vegetarian ini juga akan terus meningkat karena ada nya peran dan pengaruh dari publik figur, karena di luar negeri khususnya di America banyak publik figur yang menjadi vegetarian atau vegan dan di Indonesia sendiri juga mulai bermunculan contoh nya seperti Andovi da Lopez. Hal ini membuat pengikut dari para influencer ini memiliki rasa penasaran dan membuka wawasan mereka sehingga mereka mulai mencoba gaya hidup vegetarian. trend ini akan terus meningkat karena diketahui beberapa restoran cepat saji sudah mulai memperkenalkan daging nabati ke dalam menu mereka mulai dari KFC, McDonald's dan

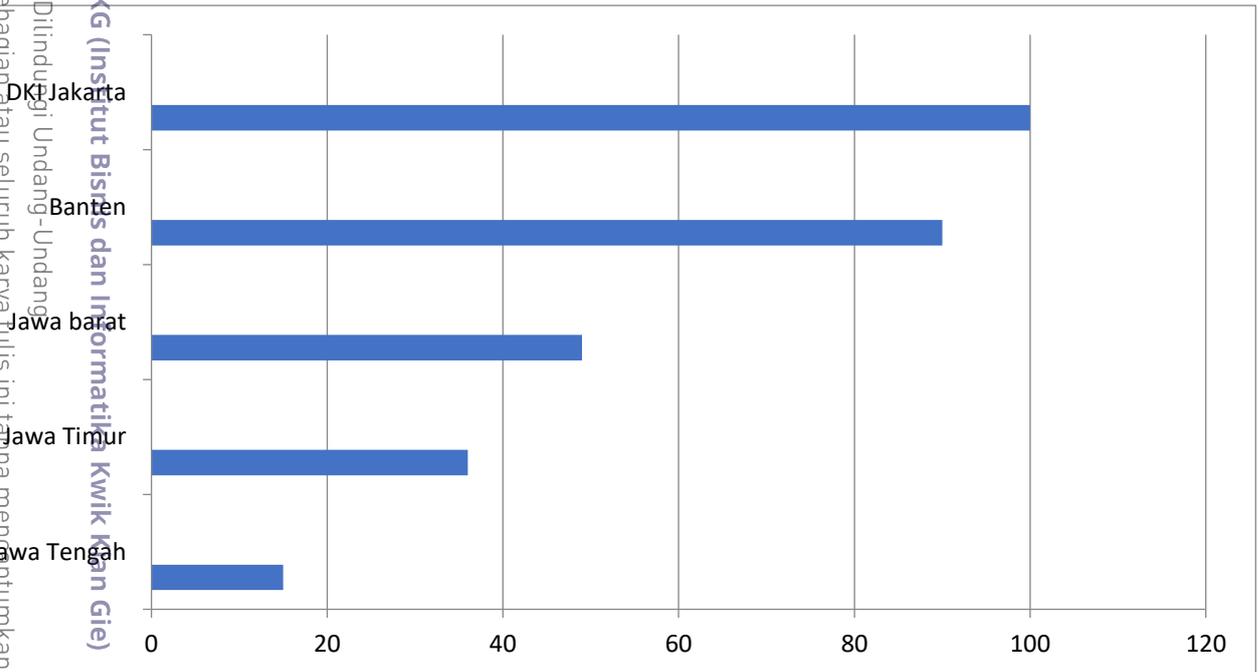




Burger King, serta saat ini restoran vegetarian sudah mulai bermunculan di Indonesia.

Seiring dengan gaya hidup sehat terus berkembang, trend plant based food akan semakin marak di Indonesia khusus nya di Jakarta.

Gambar 3.1
Jumlah Trend Minat makanan Vegetarian di Indonesia (November 2022 – November 2023)



Sumber: google trends,2023

Berdasarkan data di atas dapat di simpulkan bahwa peminat makanan berbahan dasar nabati atau vegetarian mayoritas berada di DKI Jakarta.

3.2 Analisis Pesaing

Pada industri makanan vegetarian ini jumlah pesaing nya masih relatif sedikit, ini disebabkan karena beberapa masyarakat baru mulai melirik vegetarian sebagai makanan alternatif yang baik untuk tubuh sejak adanya pandemi. Kemudian juga disebabkan karena tingginya harga makanan vegetarian sehingga masyarakat kurang minat membeli makanan vegetarian.

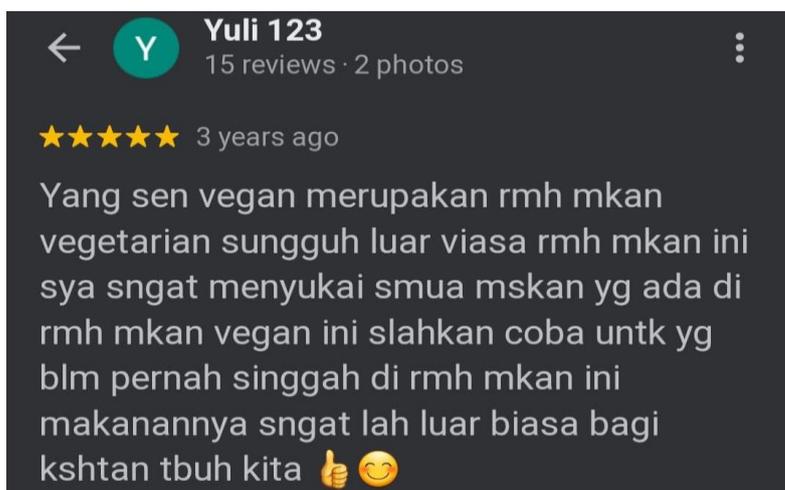


Untuk dapat bersaing dengan kompetitor yang ada diperlukan analisis yang baik terhadap kompetitor, dalam analisis ini mencakup kelebihan dan kekurangan pesaing, proses produksi, harga dan pemasaran.

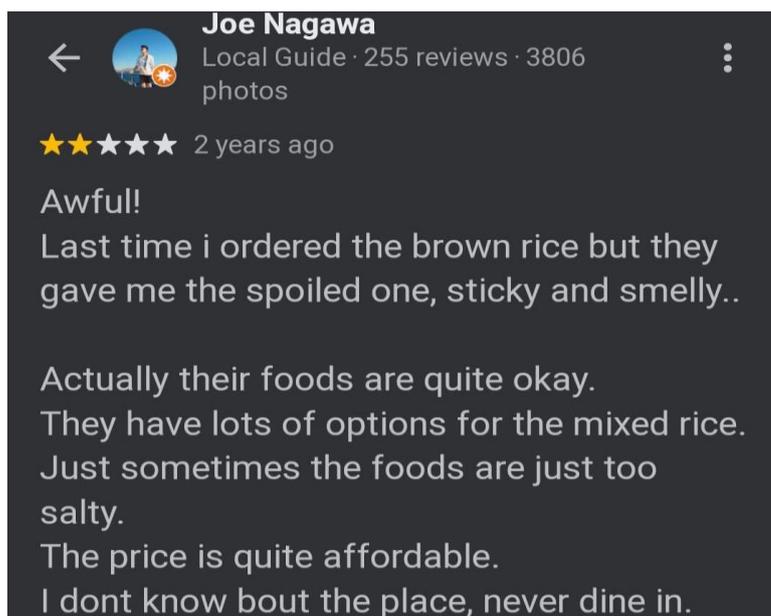
Disetiap bisnis tentunya selalu ada yang namanya persaingan bisa dari industri yang sama maupun industri yang berbeda, tidak dapat dipungkiri bahwa persaingan merupakan kendala yang harus dihadapi pelaku usaha. Veggie Fella merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang makanan vegetarian tentunya bisnis makanan sudah pasti memiliki banyak pesaing dapat kita lihat sendiri pertumbuhan bisnis makanan yang semakin menjamur dari tahun ke tahun. Pesaing utama dari Veggie Fella dalam bidang bisnis makanan vegetarian ini adalah YANG SEN VEGAN dan BITE n CHAT, kedua pesaing tersebut bergerak di dalam bidang yang sama tentunya serta masing masing dari pesaing memiliki nilai jual dan keunikannya tersendiri.

Berdasarkan pada informasi tersebut maka penulis telah melakukan observasi terhadap kedua pesaing, penulis mendapatkan informasi serta data mengenai pesaing dengan membaca langsung saran dan kritikan oleh pelanggan sehingga penulis memiliki penilaian yang lebih akurat, penulis melakukan observasi mengenai pesaing melalui ulasan yang di berikan oleh masyarakat mengenai pesaing melalui *Google review summary* sehingga penulis mengetahui apa saja kekurangan dan kelebihan dari pesaing lewat kritik dan saran yang di berikan oleh konsumen. terdapat beberapa kritik dan saran yang tulis oleh konsumen kepada pesaing, untuk kelemahan nya beberapa menu yang di sajikan rasanya terlalu asin, kualitas dari nasi nya kurang, dan rasa makanannya yang tidak sesuai dengan ekspektasi. Ada juga kritik yang positif seperti tempat nya yang bersih dan nyaman, harga yang terjangkau, dan banyak varian menu yang di sajikan.

Gambar 3.2
Google Review Summary Pesaing



Gambar 3.3
Google Review Summary Pesaing



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Atas dasar hasil survey maka dapat di sajikan data sebagai berikut:

Tabel 3.1
Identifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing

Pesaing	Kekuatan	Kelemahan
Yang Sen Vegan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan makanan nya beragam 2. Harga nya terjangkau. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas makanan nya tidak konsisten 2. Kurang menarik
Bite n Chat Café	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang strategis 2. Produk nya berkualitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan promosi nya kurang maksimal 2. Daya tampung pengunjung terbatas

Sumber : Observasi Penulis, 2023

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa masing masing pesaing memiliki kekuatan dan kelemahan, Pertama kekuatan dari YANG SEN VEGAN adalah mereka memiliki menu yang bervariasi sehingga konsumen yang vegetarian maupun konsumen yang ingin mencoba makanan vegetarian menjadi tertarik dan tidak bosan untuk mencoba makanan vegetarian yang mereka sajikan, kedua harga yang ditawarkan juga terjangkau sehingga konsumen tidak merasa keberatan. Kekuatan dari pesaing selanjutnya adalah BITE n CHAT, Mereka menyajikan produk dengan kualitas yang baik mulai dari proses pembuatan nya bahan yang digunakan oleh mereka merupakan produk *homemade* sehingga akan terjamin kebersihannya, kedua lokasi yang di tempati cukup strategis posisi BITE n CHAT berada di depan halte Trans Jakarta Sunter SMPN 140 yang dapat dengan mudah dicapai oleh konsumen. Lokasi strategis ini juga dapat dilihat dari banyaknya restaurant yang berdiri di Jl Danau Sunter seperti McDonalds, Domino Pizza, Bebek Kaley, dan lainnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Tentu ada juga kelemahan dari kedua pesaing tersebut, Pertama kelemahan yang dimiliki oleh YANG SEN VEGAN adalah kualitas makanan mereka yang tidak konsisten yang artinya adalah mereka menyajikan makanan yang terkadang berkualitas baik terkadang kualitas makanannya kurang, informasi ini penulis dapatkan dari pengalaman pribadi serta komplain yang diberikan oleh beberapa konsumen, kurang menarik dari segi tempat dan penyajiannya yang terkesan biasa saja. Selanjutnya kelemahan dari BITE n CHAT salah satunya adalah kurangnya promosi sehingga tidak terlalu banyak masyarakat yang tau mengenai cafe vegetarian tersebut, sejauh ini BITE n CHAT hanya memberikan potongan harga kepada konsumennya sehingga konsumen tetap loyal, kekurangan selanjutnya daya tampung pengunjungnya terbatas dikarenakan tempatnya yang terbilang lumayan serta karena adanya pandemi sehingga harus mengurangi tempat dan melakukan aturan jaga jarak.

Menyimpulkan dari kekuatan dan kelemahan dari kedua pesaing di atas maka bisnis Veggie Fella melihat adanya peluang, dan dengan didukungnya data tersebut maka Veggie Fella dapat menemukan strategi yang tepat untuk bersaing dengan kompetitor, menghindari apa saja yang menjadi kekurangan dari kompetitor dan mengantisipasi tindakan kompetitor yang akan menghambat usaha, sehingga bisnis Veggie Fella akan lebih unggul dibandingkan kompetitor.

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

Untuk menjalankan sebuah bisnis, lingkungan internal bukan satu-satunya yang berpengaruh dalam berjalannya bisnis, begitu juga lingkungan eksternal. Terdapat sebuah metode yang disebut dengan PESTEL, yang artinya adalah sebuah metode analisis untuk menentukan sebuah strategi dengan menganalisis lingkungan eksternal yang berisi kan Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Environment (Lingkungan) dan Legal. Analisis ini



Rp2.924 triliun. Capaian ini menandakan tren pemulihan ekonomi Indonesia terus berlanjut dan semakin menguat.

Pertumbuhan ekonomi secara umum juga dapat mempengaruhi bagi seluruh usaha, hal ini sangat berpengaruh karena dengan pertumbuhan ekonomi yang baik maka dapat meningkatkan daya beli masyarakat sehingga akan berpengaruh positif bagi usaha VEGGIE FELLA.

3. Sosial

Kedaaan sosial juga dapat mempengaruhi perkembangan usaha dari segi demografi, sosial budaya, lingkungan, dan lain lain nya. Faktor faktor tersebut juga dapat berubah karena seiring perkembangan jaman dan era globalisasi, dengan adanya perubahan tersebut maka dapat meningkatkan sifat konsumtif atau potensi daya beli dari masyarakat, Hal ini dapat memberi dampak yang positif bagi setiap usaha karena secara tidak langsung bisa meningkatkan penjualan produk atau jasa yang ditawarkan. Apabila dilihat dari segi demografi angka pertumbuhan meningkat maka peluang dari produktifitas dan tingkat konsumsi akan ikut meningkat. Kemudian dari segi sosial budaya karna adanya dorongan dari influencer dapat merubah pola pikir masyarakat sehingga dapat tercipta trend baru yaitu plant based food. Dan dari segi lingkungan dan terjadinya pandemi Covid-19 masyarakat menjadi lebih mengutamakan kesehatan sehingga masyarakat mengubah pola hidupnya menjadi lebih sehat.

Adanya pengaruh dari perubahan ini maka akan sangat berpengaruh pada usaha VEGGIE FELLA karena dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan bagi perusahaan.

4. Teknologi

Hingga tahun 2023 sendiri, perkembangan teknologi informasi di Indonesia terasa semakin tumbuh pesat daripada tahun-tahun sebelumnya. dan tentu nya hal ini dapat

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.

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



membawa dampak yang positif dan membawa pengaruh besar untuk perkembangan perusahaan, tetapi dengan adanya perkembangan ini juga dapat membawa dampak yang buruk apabila perusahaan tidak dapat mengikuti perkembangan tersebut.

Dengan adanya teknologi ini maka akan membangun *brand image* serta *awareness* kepada masyarakat dan menjangkau calon konsumen lebih luas sehingga *VEGGIE FELLA* dapat meningkatkan jumlah calon konsumen. sosial media yang digunakan *VEGGIE FELLA* untuk membangun *brand image* dan *awareness* antara lain adalah Instagram, Tiktok, Facebook selain itu *VEGGIE FELLA* juga memanfaatkan market place seperti Gofood, Grabfood, dan Shopeefood untuk meningkatkan penjualan.

5. Lingkungan

Faktor lingkungan atau lokasi usaha juga dapat mempengaruhi sebuah usaha, seperti apakah lokasi tersebut strategis, ramai, mudah dicari, banyak fasilitas umum yang biasa digunakan oleh masyarakat dan lain lain nya. Selain tempat nya yang strategis, lokasi usaha tersebut juga harus nyaman bagi karyawan yang bekerja serta pelanggan agar mereka merasa betah.

Veggie Fella memilih lokasi Food Market Sunter menjadi tempat untuk menjalankan usaha. Alasan memilih lokasi tersebut dikarenakan tempat nya yang bersih dan terawat serta fasilitas nya juga sangat memadai untuk kenyamanan pemilik usaha serta pengunjung. Faktor utama nya adalah tempat tersebut ramai pengunjung yang memang memiliki tujuan untuk mencari makan.

6. Legalitas

Untuk menjalankan sebuah usaha di butuhkan legalitas termasuk usaha kecil dan mikro (UMK), Saat ini, melalui Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah (KemenkopUKM), pemerintah mengeluarkan aturan terbaru yang memudahkan Usaha Mikro dan Kecil memperoleh izin usaha, yaitu Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha



Kecil Dan Menengah Nomor 2 Tahun 2019 tentang Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Bagi Usaha Mikro-Kecil (“PermenkopUKM 2/2019”). Aturan ini merupakan turunan dari Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik (“PP tentang OSS”).

Dengan adanya peraturan pemerintah tersebut maka akan sangat memudahkan bagi VEGGIE FELLA untuk mendapatkan legalitas, penulis dapat mengakses serta mendapatkan perizinan dan legalitas dengan cepat. Berikut merupakan tabel legalitas usaha pada perusahaan Veggie Fella:

Tabel 3.2
Legalitas usaha Veggie Fella 2023 dalam Rupiah

Program	jumlah	Biaya	Total
Hak paten	1	500,000	500,000
Akta pendirian perusahaan	1	2,000,000	2,000,000
Total			2,500,000

Sumber: Veggie Fella,2023

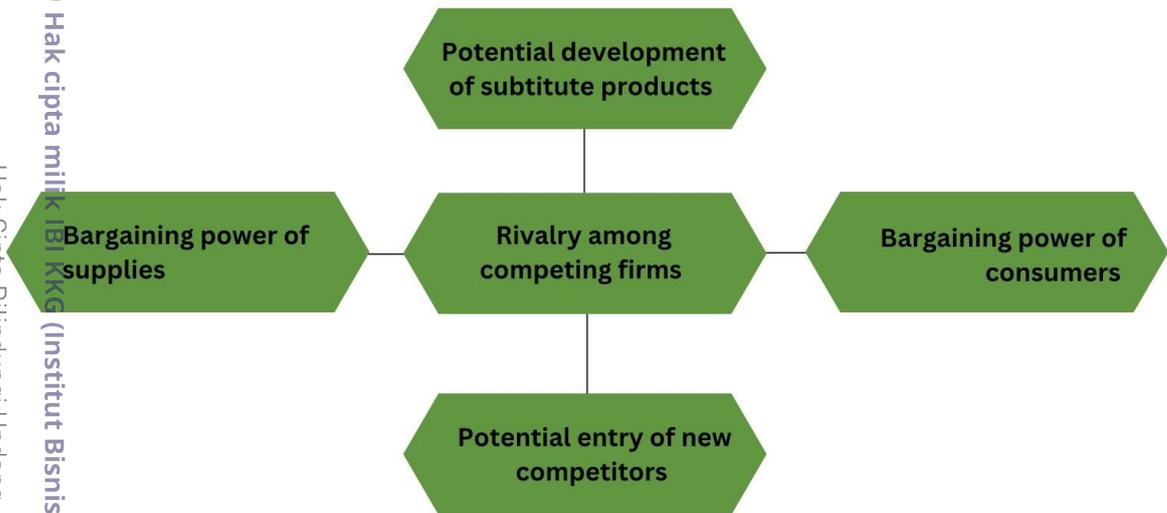
3.4 Analisis Pesaing (*Porter’s Five Forces Business Model*)

“Porter’s Five-Forces Model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries.” David Fred R (2017:229). Porter Five Force atau Lima kekuatan porter merupakan sebuah metode yang difungsikan untuk mengidentifikasi dan menganalisa kekuatan kompetitif dalam suatu industri yang mampu membantu menentukan kelemahan dan kekuatan dari industri secara luas.

Hak Cipta Milik IBI Kie (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.

Gambar 3.4
Lima Kekuatan Pesaing Model Porter



Sumber: *Strategic Management “A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases”*

a. *Internal competition (rivalry)* persaingan industri

Persaingan ini mengacu pada kompetitor lain dalam industri yang menghasilkan barang atau jasa yang serupa. Kekuatan-kekuatan ini seringkali memiliki dampak yang besar pada profitabilitas industri untuk perusahaan. Jika persaingan ketat, perusahaan akan saling menjatuhkan dengan menyebarkan hal-hal yang buruk mengenai kompetitor sehingga menimbulkan efek negatif atau persaingan yang tidak sehat. Untuk bagian positifnya, perusahaan saling berlomba melakukan inovasi sehingga perusahaan akan mengalami kemajuan. Dengan demikian bisa kita simpulkan bahwa persaingan pada industri dapat memberi dampak positif dan negatif.

Dalam bisnis makanan vegetarian ini perlu memperhatikan kompetitor yang bergerak di dalam bidang yang sama, Untuk itu Veggie Fella menggunakan beberapa strategi agar terkesan berbeda dari kompetitor lain nya yaitu dengan melakukan inovasi dari segi penyajian makanan nya serta packaging nya dan strategi persaingan harga dalam industri makanan ini. Persaingan dalam industri makanan yang berkonsep vegetarian



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.



ricebowl ini Termasuk dalam persaingan sempurna karena, jumlah pembeli dan penjual yang banyak, lalu barang atau jasa yang diperjual belikan bersifat homogen, adanya

kebebasan untuk mengambil keputusan, pembeli dan penjual mengetahui keadaan pasar.

Jadi kesimpulannya dapat dikatakan, persaingan industrinya tinggi. Tindakan yang

dilakukan oleh Veggie Fella adalah melakukan inovasi dalam produk dari segi rasa dan

tampilan, memberikan diskon di waktu-waktu tertentu, melakukan promosi secara berkala,

membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, dan terbuka dalam kritik dan saran.

b. *Threat of new entrants* (ancaman pendatang baru)

Terlihat dari perkembangan pola makanan vegetarian yang semakin populer di

Indonesia dan *plant based food* yang dijadikan trend, maka potensi munculnya pesaing

dalam industri yang sama cukup tinggi. Meskipun demikian pesaing yang baru muncul

belum tentu bisa menguasai pasar dan dikenal masyarakat luas, itulah mengapa Veggie

Fella perlu memanfaatkan teknologi informasi dengan baik dengan tujuan melakukan

pemasaran secara *online*, pemasaran ini cukup mudah untuk di aplikasikan dan memiliki

dampak yang besar dalam memberikan informasi kepada masyarakat dengan jangkauan

yang sangat luas.

Untuk mengantisipasi munculnya pesaing baru yang akan muncul dalam bidang

yang sama maka Veggie Fella mengambil tindakan dengan akan melakukan *branding*

dengan memanfaatkan sosial media dan mengunggah konten-konten yang menarik serta

positif sehingga masyarakat akan lebih mengenal Veggie Fella dan masyarakat akan ter

edukasi mengenai apa itu makanan vegetarian, dengan begitu bisnis Veggie Fella akan

menjadi *top of mind* dalam masyarakat dan lebih unggul dari pesaing.

c. *Threat of substitutes* (ancaman produk pengganti)

Dalam menjalankan sebuah bisnis ancaman dapat datang dari mana saja, tidak

hanya dari pesaing atau produk sejenis saja tetapi juga dari produk baru yang dapat

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.



menggantikan yang lama, Produk pengganti adalah barang atau jasa yang memenuhi kebutuhan konsumen atau pembeli yang sama dengan produk dan jasa yang dijual, apalagi harganya relatif lebih terjangkau.

Dapat disimpulkan bahwa ancaman dari produk pengganti bagi *VEGGIE FELLA* terbilang tinggi, dikarenakan dalam bisnis food & beverage, banyaknya inovasi dan trend makanan baru bermunculan. oleh karena itu hal tersebut memungkinkan produk makanan vegetarian dapat tergantikan.

Untuk mengantisipasi agar produk *VEGGIE FELLA* tergantikan maka *VEGGIE FELLA* melakukan inovasi terhadap pemasaran dan produk dengan cara mengeluarkan produk baru secara berkala, aktif melakukan pemasaran melalui sosial media seperti membuat konten, dan selalu mengikuti perkembangan trend.

d. *Supplier bargaining power* (kekuatan tawar menawar pemasok)

Pemasok adalah bagian penting dalam menjalankan suatu bisnis dan sangat mempengaruhi intensitas persaingan dalam sebuah industri, Pemasok memiliki *power* untuk mematok harga tinggi ketika mereka hanya satu dari sedikit perusahaan yang menawarkan pasokan, seperti ketika hanya ada tiga perusahaan yang menawarkan bahan baku tertentu yang dibutuhkan oleh banyak perusahaan yang menggunakannya untuk membuat produk.

Dalam menjalankan usaha Veggie Fella melakukan kerjasama dengan beberapa pemasok dengan kualitas yang sama dan artinya daya tawar menawar dari pemasok rendah sehingga *VEGGIE FELLA* dapat dengan mudah mendapatkan bahan pokok karena banyaknya pemasok dan harganya juga bersaing. Jadi dapat disimpulkan bahwa kekuatan tawar menawar pemasok terbilang rendah.

e. *Customer bargaining power* (kekuatan tawar menawar pembeli)



Pembeli cenderung memiliki *power* apabila ada banyak perusahaan yang menawarkan produk atau layanan yang serupa atau ketika minat terhadap produk dan layanan rendah, dan ini adalah salah satu faktor yang harus di perhatikan karena permintaan dari pasar juga dapat terus berubah setiap saat. Dapat disimpulkan kekuatan tawar menawar tinggi karena konsumen memiliki banyak alternatif pilihan.

Veggie Fella mengambil tindakan untuk mengantisipasi dengan cara menetapkan *statement* penjualan yang unik, agar hal ini menjadi vital untuk pembeli dan dengan begitu maka akan menyeimbangkan posisi dari kedua belah pihak yaitu dari sisi pembeli dan sisi penjual, penjual tetap mendapatkan keuntungannya dan pembeli mendapatkan keuntungan yang unik dari produk yang di beli.

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

Menurut Fred R. David (2017:36), “ The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weakness in relation to a sample firm’s strategic position”. Matriks CPM (Competitive Profile Matrix) merupakan sebuah metode yang bermanfaat untuk mengidentifikasi pesaing dan menjadi bentuk strategi manajemen bagi sebuah perusahaan agar dapat mengetahui dan menentukan kekuatan dan kelemahan relatif suatu perusahaan terhadap para pesaingnya pada variabel-variabel produk, place, promosi, dan price

Untuk melakukan analisa terhadap perusahaan pada matriks ini diperlukan *Critical Success Factor* (CSF) terlebih dahulu, kemudian menentukan nilai bobot dan rating untuk dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. Berikut adalah penjelasan bobot nilai untuk *Critical Success Factor* (CSF) yang sudah ditentukan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



- a. Bobot nilai 0,0 merupakan tanda yang menunjukkan bahwa faktor kelemahan pada perusahaan sangat perlu di tingkatkan.
- b. Bobot nilai 1,0 merupakan tanda yang menunjukkan bahwa faktor kelemahan pada perusahaan tidak terlalu besar.
- c. Bobot nilai 2,0 merupakan tanda yang menunjukkan bahwa faktor kekuatan pada perusahaan tidak terlalu besar dan dapat ditingkatkan.
- d. Bobot nilai 3,0 merupakan tanda yang menunjukkan bahwa faktor kekuatan pada perusahaan stabil dan perlu di pertahankan.

Berikut adalah analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM) dari *VEGGIE FELLA* , *YANG SEN VEGAN* dan *BITE n CHAT* dengan menentukan *Critical Success Factor* (CSF).

Tabel 3.3
Analisis Competitive Profile Matrix VeggieFella

Critical Success Factor	Weight	VEGGIE FELLA		YANG SEN VEGAN		BITE N CHAT	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Packaging	0.10	4	0.41	4	0.41	3	0.31
Brand	0.11	4	0.44	2	0.22	3	0.33
Harga yang kompetitif	0.16	4	0.65	4	0.65	3	0.49
Promosi	0.10	4	0.41	3	0.31	2	0.21
Kualitas produk	0.18	3	0.55	3	0.55	3	0.55
Varian rasa	0.16	3	0.47	2	0.32	3	0.47
Kualitas pelayanan	0.12	3	0.35	3	0.35	4	0.46
Tempat usaha	0.06	2	0.18	4	0.24	4	0.24
			3.46		3.04		3.05

Sumber: Veggie fella dan Google

Data pada tabel di atas di peroleh penulis dari hasil perhitungan bobot kuesioner Veggie Fella, yang di dapat dari 62,9% (22) laki laki dan 37,1% (13) wanita dengan

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.

rentang usia 18-25 tahun, Mengenai apa saja yang dapat memenuhi faktor penentu keberhasilan pada bisnis makanan vegetarian.

Kesimpulan dari table di atas menunjuk kan bahwa bisnis usaha Veggie Fella unggul dalam harga (price) tetapi memiliki kekurangan dalam tempat usaha. Sementara Yang Sen Vegan juga unggul dalam harga dan kekurangan nya terletak pada brand, pesaing selanjut nya yaitu Bite n Chat memiliki kelebihan pada kualitas produk dan kekurangan nya pada promosi.

Berikut adalah penjelasan faktor faktor yang mempengaruhi CPM dari Tabel 3.4:

a. Packaging Produk

Pada faktor ini Veggie Fella mendapat bobot 0,10 dan rating 4 karena packaging yang digunakan merupakan packaging yang ramah lingkungan dan memiliki deisgn yang simpel naum tetap aesthetic.

b. Brand

Brand mendapat bobot 0,11 dan pada faktor Veggie Fella mendapat rating 4 karena Veggie Fella merupakan brand makanan vegetarian ricebowl yang pertama hadir dalam sektor makanan ricebowl, dan terkesan beda.

c. Harga yang kompetitif

Harga dari Veggie Fella mendapat bobot terbesar kedua yaitu 0,16. pada faktor ini Veggie Fella mendapat rating 4 karena harga yang di tawarkan cukup bersaing dan relatif murah serta sesuai dengan kualitas yang di tawarkan.

d. Promosi

Promosi dari Veggie Fella mendapatkan bobot 0,10 dan dalam faktor ini Veggie Fella mendapatkan rating 4 karena Veggie Fella gencar melakukan promosi melalui sosial media serta menggunakan jasa influencer untuk terus





memperkenalkan bisnis makanan ini agar dapat menjangkau masyarakat lebih

luas.

c Kualitas produk

Kualitas produk dari Veggie Fella mendapat bobot 0,18 dan rating 3 karena kualitas yang di sajikan higienis serta bahan baku nya juga di dapatkan dari supplier yang cukup bagus juga dari segi brand dan cara pengolahan nya.

f Varian rasa

Varian rasa Veggie Fella mendapat bobot 0,16 dan rating 3 karena varian rasa yang di tawarkan cukup berbeda dari makanan vegetarian pada umum nya tetapi pilihan menu yang di tawarkan masih terbilang sedikit karena masih awal pembukaan usaha.

g Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan berbobot 0,12 dan mendapatkan rating 3 di karenakan Veggie Fella selalu mendengarkan dan menerima saran dan kritik dari konsumen serta sigap dalam menangani dan memecahkan masalah pada pelanggan

h. Tempat usaha

Tempat usaha mendapat bobot 0,6 dan rating 2 karena Veggie Fella tidak memiliki tempat untuk dine in seperti pesaing pesaing lain nya, sehingga pelanggan hanya bisa melakukan take away saja apabila memesan produk makanan dari Veggie Fella.

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:

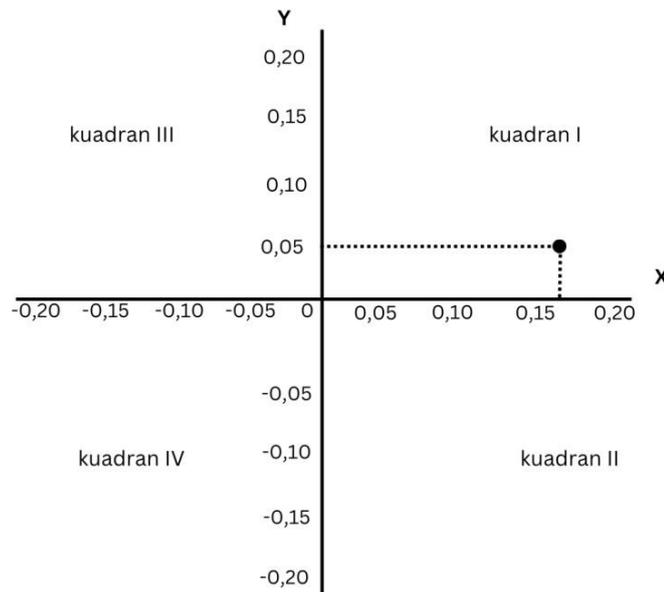
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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.



Gambar 3.5
kuadran SWOT Veggie Fella



Sumber: Veggie Fella

Berdasarkan pada gambar 3.4 di atas, kuadran SWOT menunjukkan posisi Veggie Fella berada pada kuadran 1 yaitu (positif, positif) dimana titik X yang terletak pada 0,16 dan Y pada 0,05. Dari kedua poin tersebut penulis menyimpulkan bahwa posisi tersebut menguntungkan bagi perusahaan.

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analisis)

“The strengths-weaknesses-Opportunities-Treats (SWOT) Matrix is an important matching tool that helps manager develop four types od strategies: SO (Strengths-Opportunities) strategies, WO (Weaknesses-Opportunities) strategies, ST (Strengths-Treats) strategies, and WT (Weaknesses-Threats) strategies.” David (2017 : 251). Yang artinya Matrix SWOT (*Streight, Weaknesses, Opportunities dan Threats*) merupakan sarana yang dapat mempermudah seorang manajer untuk mengembangkan 4 strategi dalam perusahaannya. Dengan strategi ini akan membantu perusahaan dalam mencapai sebuah

- 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.



misi, tujuan, sasaran, dan kebijakan perusahaan yang telah ditetapkan, manajemen perlu memusatkan perhatian pada dua faktor utama, yaitu faktor eksternal yang berada di luar kendali perusahaan, dan faktor internal yang sepenuhnya berada di dalam kendali manajemen. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses).

Terdapat 2 faktor pokok yang dapat memengaruhi ke empat komponen dasar pada analisis SWOT yaitu:

1. Faktor Internal (Strength dan Weakness)

Untuk faktor yang berasal dari dalam (internal) terdiri dari dua poin yaitu:

Strength (kekuatan) adalah kekuatan dari perusahaan secara internal yang terdiri dari sumber daya, Teknologi, organisasi, finansial dan lain nya. Analisa ini digunakan untuk pesaing dan perusahaan sendiri, dengan adanya hasil dari analisa tersebut maka perusahaan dapat menggunakan kekuatan dari pesaing untuk mengembangkan usaha sendiri agar dapat lebih unggul.

Weakness (kelemahan) juga merupakan bagian dari internal perusahaan. Kelemahan ini perlu diperhatikan agar perusahaan mengetahui apa saja penyebab dan yang menjadi titik masalah dari sebuah perusahaan tersebut sehingga perusahaan dapat mengatasi nya.

2. Faktor Eksternal (Opportunities dan Threats)

Untuk faktor yang berasal dari luar (eksternal) terdiri dari dua poin yaitu:

Opportunities (kesempatan) adalah peluang yang dimiliki oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan mengembangkan perusahaan. Analisis ini



sangat dibutuhkan agar perusahaan memiliki kesempatan mendapatkan celah untuk maju dan berkembang sehingga perusahaan akan menjadi lebih baik lagi, terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk berkembang antara lain adalah trend, budaya, sosial politik, ideologi, perkembangan teknologi, lingkungan, peristiwa peristiwa yang terjadi dan lain nya.

Threats (ancaman), ancaman dapat datang dari mana saja terutama dari lingkungan sekitar, dengan ada nya analisis ini perusahaan dapat mengurangi dan mengantisipasi resiko yang tidak diinginkan serta perusahaan dapat membuat strategi untuk menghindari masalah yang dapat terjadi kapan saja.

Sebagaimana sebuah metode pada umumnya, analisa SWOT ini hanya dapat membantu menganalisa situasi yang sedang dihadapi oleh perusahaan atau sebuah organisasi. Berikut merupakan analisis SWOT dari *VEGGIE FELLA*:

a. *Strength*

1. *VEGGIE FELLA* melakukan inovasi dalam menyajikan makanan vegetarian dengan konsep dan cita rasa yang kekinian sehingga bisa menarik minat masyarakat lebih luas dan semakin dikenal.
2. Penyajian nya cepat dan praktis sehingga membantu konsumen yang menghemat waktu, hal ini dapat mengungguli kompetitor karena kecepatan dalam proses penyajian kepada konsumen menjadi nilai tambah dalam usaha.
3. Kualitas dan bahan dari produk yang digunakan sudah sangat terjamin karena kami menggunakan bahan yang *premium*. Dengan menggunakan bahan dan penyajian nya yang bersih dan benar maka akan memberikan hasil yang terbaik.

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.



4. *VEGGIE FELLA* memberikan harga yang bersaing tetapi dengan kualitas yang baik karena kami memilih kualitas yang baik dari pada kuantitas yang tinggi tetapi kualitas nya tidak sesuai.
5. Pelayanan yang ramah dan komunikatif serta terbuka dengan kritik dan saran dari konsumen

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

b. Weakness

1. Nama *VEGGIE FELLA* belum di kenal di masyarakat karena kami merupakan pemain baru dalam bidang ini, apabila di bandingkan pesaing yang sudah terlebih dahulu terjun ke dalam bisnis ini,tentu nya kami akan kalah saing.
2. Hasil produk kami tidak tahan lama, makanan yang dibeli harus segera dikonsumsi agar kualitas dari makanan nya tetap terjaga.
3. Promosi dari *VEGGIE FELLA* juga kurang karena minim nya modal yang di miliki sehingga promosi yang di lakukan kurang maksimal.
4. Proses produksi dengan jumlah besar membutuhkan tenaga dan ruang lebih besar sementara luas dapur dari *VEGGIE FELLA* terbatas.

c. Opportunity

1. Belum ada pesaing yang menjual makanan vegetarian dengan konsep RiceBowl sehingga ini menjadi peluang yang cukup besar untuk *VEGGIE FELLA* agar semakin dikenal di masyarakat.
2. *Plant based food* menjadi trend saat ini di kalangan anak muda serta telah menjadi gaya hidup sebagian masyarakat sejak adanya pandemi covid19, dan dengan adanya konsep kekinian yang di implementasikan kami maka akan mudah bagi *VEGGIE FELLA* masuk ke pasar.

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



3. Pemerintah telah menyediakan sejumlah stimulus melalui tambahan bantuan modal, keringanan pembayaran tagihan listrik, dan dukungan pembiayaan lainnya, dengan adanya bantuan seperti ini akan sangat membantu bagi *VEGGIE FELLA* dalam menjalankan usaha karena adanya dukungan pemerintah untuk pengusaha UMKM.
4. Banyak dicari oleh masyarakat yang ingin mengonsumsi makanan vegetarian tetapi tidak bisa mengolah atau memasaknya dan ingin yang praktis saja.
5. Pesatnya perkembangan teknologi sehingga memudahkan Veggie Fella melakukan promosi dan interaksi dengan pelanggan.

d. *Threat*

1. Usaha ini mudah ditiru dan sangat memungkinkan untuk pesaing baru muncul, karena dengan konsep yang efisien dan efektif serta modal yang terbilang tidak terlalu tinggi, bisnis ini dapat bejalan.
2. Bisnis makanan vegetarian bisa tersingkir akibat makanan lain yang sedang viral.
3. Belum terciptanya *loyalitas* dan kepercayaan dari pelanggan terhadap Veggie Fella.
4. Pesaing menawarkan makanan tiruan dengan kualitas dibawahnya dan mematok harga yang lebih murah.
5. Sulitnya memenuhi selera konsumen yang berubah seiring perkembangan tren dan produk makanan.

© 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.



Tabel 3.5 Analisis SWOT Matrix VEGGIE FELLA

	Strenght (S)	Weakness (W)
<p>Strength (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inovasi pada produk dan konsep 2. Penyajian nya cepat dan praktis 3. Kualitas bahan baku premium 4. Harga nya bersaing 5. Pelayanan yang ramah dan komunikatif serta terbuka dengan kritik dan saran dari konsumen 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nama Veggie Fella masih baru dan belum dikenal 2. Produk tidak tahan lama 3. Terbatasnya tempat usaha 	
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Minimnya pesaing dengan konsep yang sama 2. Meningkatkan trend plant based food sejak pandemi 3. Adanya dukungan pemerintah untuk UMKM. 4. Menjadi solusi bagi masyarakat yang ingin praktis dan tidak bisa masak 5. Pesatnya perkembangan teknologi sehingga memudahkan dalam melakukan promosi dan interaksi dengan pelanggan 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan inovasi terus menerus agar tercipta brand awareness dalam benak masyarakat.(S1,O1, O2,O4) 2. Gencar mempromosikan produk dengan menawarkan kualitas yang terbaik agar terbawa oleh trend.(S1,S2,O2,O4) 3. Memberikan harga yang pas dan penyajian nya cepat agar masyarakat merasa terbantu dan puas (S2,S4,O4) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten yang menarik dan memanfaatkan tren sebagai media promosi gratis (W3, O5) 2. Membangun brand image dan menawarkan sesuatu yang berbeda agar semakin di kenal (W1, O1,O2)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Tabel 3.5 Analisis SWOT Matrix VEGGIE FELLA

Threat (T)	Strategi ST	Strategi WT
<p>1. Usaha yang mudah di tiru dan memungkinkan muncul nya pesaing baru</p> <p>2. Adanya trend makanan lain dan menggantikan posisi makanan vegetarian.</p> <p>3. Belum terciptanya loyalitas dan kepercayaan dari konsumen kepada VEGGIE FELLA.</p> <p>4. Pesaing menawarkan harga yang lebih terjangkau .</p> <p>5. Sulitnya memenuhi selera konsumen yang berubah seiring perkembangan tren dan produk makanan.</p>	<p>1. Membuat sebuah ciri khas yang tidak dapat ditiru pesaing (S1,T1)</p> <p>2. Menyajikan produk dengan kualitas yang terbaik tetapi dengan harga yang tidak terlalu tinggi (S3, T4,T3)</p> <p>3. Melakukan kolaborasi dengan kompetitor lain dalam bidang yang berbeda (S1, T2)</p>	<p>1. Meningkatkan standar operasional prosedur (SOP) dalam bisnis agar tercipta kepercayaan dan kualitas nya terjaga (W1, T3)</p> <p>2. Terus melakukan inovasi tidak hanya terhadap produk tetapi bisnis, agar tidak mudah ditiru oleh pesaing (W1,T1)</p>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang menyalin atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie