



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

#### 3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Dalam membuka dan menjalankan sebuah usaha atau bisnis, seorang pengusaha perlu terlebih dahulu melakukan analisis industri dan menganalisis apa yang akan dihadapi kedepannya sebagai kendala. Misalnya kompetitor di bidang yang sama agar dapat mengurangi terjadinya seperti kendala dan resiko yang berpotensi menghambat pertumbuhan bisnis di kemudian hari. Dalam melakukan analisa industri yang akan dijalankan, data tren pertumbuhan industri adalah hal yang sangat penting dan dibutuhkan oleh seorang pengusaha.

Chriss Bun merupakan salah satu jenis sajian menu sehat dalam bentuk *salad wrap*. *Salad wrap* merupakan salah satu menu yang cukup populer di kalangan pecinta kuliner sehat dan pelaku diet. Sejak tahun 2018 yang lalu, *salad wrap* sudah mulai bermunculan di Indonesia, terutama di kota-kota besar dan puncaknya pada tahun 2019. Sesuai dengan namanya, *salad wrap* merupakan salad yang disajikan dalam bentuk wrap. Biasanya wrap yang digunakan menggunakan tortilla. Sedangkan bagian dalamnya biasanya terdiri dari ayam panggang, buah tomat, selada, kol ungu, macaroni, tortilla dan juga saus salad.

Bisnis dalam bidang kuliner adalah bisnis yang mempunyai kestabilan peluang dalam setiap tahunnya. Dan juga di era industri 4.0 ini yang di mana gadget dan internet sudah sangat berkembang yang dapat memudahkan pelaku usaha dalam menjalankan bisnis kuliner di Indonesia. Jaman sekarang ini sangat mudah sekali memasarkan produk dan usaha kita melalui social media dan juga aplikasi seperti Grab, Gojek dan Shopee yang dimana mereka biasanya memberikan promo dan diskon tertentu untuk dapat menarik pelanggan lebih banyak lagi. Terlebih lagi, sejak pandemi COVID-19, tren pola hidup sehat meningkat sebagai salah satu bentuk langkah preventif untuk memerangi penyakit, sekaligus untuk mengisi waktu luang mayoritas masyarakat di kota-kota besar karena pada saat itu mereka diharuskan untuk beraktivitas dari rumah. Mulai dari segi pendidikan, pekerjaan, dan lain sebagainya. Ternyata, tren tersebut kini melekat dalam kehidupan masyarakat pada masa ini.



### 3.2 Analisis Pesaing

Dalam menjalankan sebuah bisnis dan usaha sudah sangat wajar apabila para pelaku usaha mempunyai pesaing. Maka untuk dapat bersaing dalam pasar, para pelaku bisnis diharuskan mempunyai strategi sendiri dan ciri khas unik yang berbeda dari pesaing. Namun untuk dapat menyusun strategi itu, para pelaku usaha harus menganalisis terlebih dahulu apa yang menjadi kelebihan dan kekurangan pesaing kita dan tentunya juga para pelaku bisnis harus tahu siapa yang menjadi pesaing terbesar dalam bisnis yang dijalankan. Para pelaku usaha perlu tahu informasi dasar dari perusahaan yang menjadi pesaingnya seperti perbandingan produk, harga, kualitas dan promosi yang dilakukan pesaing. Dengan ini, pelaku usaha dapat mengetahui apa yang menjadi kelemahan dan kelebihan dari pesaingnya

**Tabel 3.1 Identifikasi Keunggulan Dan Kelemahan Pesaing**

| Pesaing                   | Keunggulan   | Kelemahan  |
|---------------------------|--|--|
| Hawker Bun                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga yang terjangkau</li> <li>2. Bahan baku yang segar</li> <li>3. Banyaknya pilihan menu</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Outlet yang masih sedikit sehingga sulit untuk dijangkau</li> <li>2. Belum memanfaatkan media sosial secara maksimal</li> </ol>        |
| SaladStop!                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki brand identity yang kuat</li> <li>2. Menyediakan porsi yang besar</li> <li>3. Mudah dijangkau</li> <li>4. Banyaknya pilihan menu</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga terbilang cukup mahal</li> <li>2. Harus langsung disajikan karena tidak bisa tahan lama</li> </ol>                               |
| Salad Bar by Hadi Kitchen | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki brand identity yang kuat</li> <li>2. Menyediakan porsi yang besar</li> <li>3. Mudah dijangkau</li> </ol>                                    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penerapan SOP yang belum konsisten</li> <li>2. Harga terbilang cukup mahal</li> <li>3. Belum menjadi top of mind masyarakat</li> </ol> |

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Sumber: Chriss Bun, 2023

Ketiga pesaing diatas merupakan restoran yang menyajikan hidangan serupa, yaitu makanan sehat, di mana mereka juga menyajikan *salad wrap*. Ketiga pesaing diatas juga bisa dibidang sebagai top of mind yang masing - masing mempunyai kelebihan dalam menyajikan *Salad Wrap*. Selain memiliki pesaing langsung, Chriss Bun juga memiliki pesaing tidak langsung seperti tempat makanan yang menjual makanan sehat lainnya. Misalnya salad bowl, smoothies, Acai bowl, catering sehat dan makanan vegetarian. Akan tetapi, pesaing tidak langsung tersebut tidak terlalu memberikan dampak yang signifikan karena Chriss Bun menawarkan produk makanan yang memiliki jenis yang berbeda dari pesaing yang tidak langsung, Chriss Bun menyajikan hidangan yang sehat, mengenyangkan dan praktis agar bisa disajikan dimana - mana dalam bentuk *salad wrap*.

Tabel 3.2 Identifikasi Keunggulan dan Kelemahan Pesaing Tidak Langsung

| Pesaing       | Keunggulan   | Kelemahan   |
|---------------|--|---|
| Jazirah Kebab | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempunyai pasar segmen tersendiri yang menyukai kebab</li> <li>2. Mudah dimakan dimana saja</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jarang melakukan promosi melalui media sosial</li> <li>2. Belum banyak dikenal oleh kalangan masyarakat</li> <li>3. Terkadang porsinya tidak konsisten</li> </ol> |
| Realme.id     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sering melakukan promosi secara online melalui media sosial</li> <li>2. Mempunyai branding yang sudah dikenal banyak orang terutama di daerah bekasi</li> <li>3. Memiliki menu yang</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempunyai harga yang cenderung mahal karena target pasarnya menengah ke atas</li> </ol>   |

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Penulisan hanya untuk keperluan 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 IBIKKG, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



|                 |   |   |
|-----------------|---|---|
|                 | bervariasi  |   |
| Salad Seniorita | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sudah dikenal banyak masyarakat sekitar bekasi terutama di harapan indah</li> <li>2. Sering melakukan promosi di media sosial</li> <li>3. Selalu menggunakan bahan yang fresh</li> <li>4. Memiliki menu salad buah yang bervariasi</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proses pembuatannya lama karena dibuat berdasarkan pesanan</li> <li>2. Memiliki harga yang cukup mahal</li> </ol> |

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

Analisis PESTEL merupakan sebuah metode yang diimplementasikan untuk mengidentifikasi faktor eksternal yang berpengaruh dalam keberlangsungan sebuah bisnis. Faktor-faktor tersebut antara lain, politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum. Maka dari itu, analisis PESTEL merupakan gambaran dalam suatu perusahaan. Berikut adalah analisis PESTEL bagi Perusahaan Chriss Bun :

#### A. Politic

Merupakan faktor yang menentukan seberapa jauh pemerintah berpengaruh terhadap keberlangsungan bisnis. Salah satu contohnya adalah penerapan pajak atas penghasilan suatu badan usaha maupun suatu perusahaan di mana kebijakan tersebut juga diatur dalam undang-undang. Dalam kasus ini, Chriss Bun merupakan sebuah UMKM yang bergerak di bidang industri kuliner. Pajak untuk UMKM akan dikenakan apabila suatu omset suatu usaha tersebut lebih dari Rp500.000.000 (lima ratus juta Rupiah). Pemerintah juga menetapkan peraturan untuk menolong UMKM seperti memberikan insentif kepada para UMKM lewat acara Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) pemerintah pusat di tahun 2020 dan 2021. Hasil dari solusi tersebut menjadikan sebagian UMKM bisa bertahan dalam menghadapi pandemi dan tidak lagi mengalami krisis yang begitu berat. Total pengeluaran anggaran yang telah diberikan oleh pemerintah untuk program Pemulihan Ekonomi Nasional ini sebesar Rp. 699,43 triliun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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.



Dengan adanya regulasi dari pemerintah yang membuat perkembangan UMKM semakin mengarah positif, hal tersebut dapat menjadi peluang bagi Chriss Bun tetap berjalan. Chriss Bun bisa mendapat bantuan dana dari pemerintah dengan cara mendaftarkan bantuan di BLT (Bantuan Langsung Tunai) UMKM melalui situs *online* yaitu <https://oss.go.id>

**Dampak yang dirasakan oleh Chriss Bun adalah:**

1. Bisa mendaftarkan usaha melalui situs *online* agar mendapatkan bantuan uang tunai dari pemerintah.

**B. Economic**

Faktor ekonomi sangat berpengaruh terhadap perkembangan suatu UMKM. Spesifiknya, ketika daya beli masyarakat tinggi maka pertumbuhan ekonomi juga akan meningkat. Perekonomian Indonesia pada triwulan ketiga tahun 2022 berdasarkan besaran Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp5.091,2 triliun atau atas dasar harga konstan 2010 mencapai Rp2.976,8 triliun. Sedangkan ekonomi Indonesia triwulan ketiga tahun 2022 terhadap triwulan sebelumnya mengalami pertumbuhan sebesar 1,81 persen (q-to-q). Dari sisi produksi, Lapangan Usaha Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 7,12 persen. Sementara dari sisi pengeluaran, Komponen Pengeluaran Konsumsi Pemerintah (PK-P) mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 11,22 persen. Maka hal tersebut dapat menjadi peluang yang cukup bagus untuk Chriss Bun karena masyarakat memiliki kemampuan dalam melakukan pembelian produk, tidak terkecuali dari Chriss Bun yang juga bisa dibidang memiliki harga yang cukup terjangkau dibandingkan makanan sehat lainnya.

**Berikut merupakan dampak yang dirasakan oleh Chriss Bun :**

1. Harga Chriss Bun yang terjangkau dan kualitasnya yang baik membuatnya mampu bersaing di pasar

**C. Social**

Faktor sosial merupakan sangat berpengaruh besar dalam perkembangan usaha Chriss Bun. Misalnya tren kultural, perubahan demografi, dan lain sebagainya. Penduduk Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun dan hal tersebut bergerak secara paralel dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terutama dalam pemenuhan makanan . Terkait dengan tren yang berlaku, sebagai pengaruh dari pandemi COVID-19 sekarang



masyarakat banyak yang merubah pola hidupnya menjadi lebih sehat dengan berolahraga maupun mengkonsumsi makanan yang sehat. Hal tersebut memberikan peluang besar terhadap Chriss Bun.

**Dampak yang akan dirasakan oleh Chriss Bun adalah:**

1. Dengan meningkatnya jumlah penduduk, angka permintaan terhadap kebutuhan makanan juga meningkat
2. Peminat makanan sehat mengalami peningkatan karena pola hidup sehat masyarakat yang baru

**D. Technology**

Pada masa ini, kemajuan teknologi memiliki peran yang sangat besar dalam membantu pekerjaan manusia di dalam segala bidang, terutama di dalam usaha industri kuliner yaitu Chriss Bun. Dengan perkembangan teknologi, Chriss Bun dapat memperkenalkan *salad wrap* kepada masyarakat sekitar dan memperluas pangsa pasar sehingga masyarakat mengetahui produk yang ditawarkan oleh Chriss Bun. Secara spesifik, Chriss Bun dapat melakukan promosi di media sosial. Melihat bahwa mayoritas masyarakat sudah familiar dengan media sosial, dengan begitu promosi yang dilakukan akan menjadi lebih efektif dan efisien.

Adanya teknologi juga mempermudah pebisnis dalam memasarkan produk maupun jasa yang mereka tawarkan sehingga dapat menaikkan penjualan dengan memanfaatkan penjualan *online* melalui aplikasi seperti Shopee Food, Grab Food dan GoFood. Dengan kita memanfaatkan teknologi kita bisa memiliki peluang untuk sukses dalam bidang industri kuliner.

**Dampak yang akan dirasakan oleh Chriss Bun adalah:**

1. Masyarakat menjadi lebih mudah dalam memesan produk dari Chriss Bun
2. Dengan adanya teknologi, kita dapat mengetahui lokasi gerai terdekat sehingga proses pengiriman lebih efisien dan makanan sampai dalam keadaan yang fresh.

**E. Environment**

Menurut Chriss Bun, menjaga suatu lingkungan sekitar merupakan suatu keharusan agar tetap bersih dan hijau. Limbah yang dihasilkan dari Chriss Bun seperti sampah tempat bungkus kertas dan sisa sayuran. Penanganan yang dilakukan terhadap limbah tersebut dengan cara menjadikannya sebagai pupuk sehingga tidak mencemarkan

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.



lingkungan sekitar. Semua hal tersebut dilakukan agar lingkungan sekitar tetap terjaga bersih dan nyaman.

**Dampak yang akan dirasakan oleh Chriss Bun adalah:**

- 1) Chriss Bun berkontribusi dalam menyelamatkan lingkungan sekitar dari limbah
- 2) Dengan lingkungan yang bersih, dapat membuat para konsumen tertarik untuk datang
- 3) Dengan para konsumen data, hal tersebut dapat meningkatkan penjualan untuk Chriss Bun

**F. Legal**

Faktor ini memiliki mencakup sisi internal dan eksternal. Ada aturan tertentu yang mempengaruhi lingkungan bisnis pada negara tertentu, akan tetapi juga ada juga aturan-aturan yang dibuat dan dipertahankan oleh bisnis itu sendiri. Analisis legal mencakup aturan konsumen, standar keselamatan, aturan pekerja, dan lain-lain. Indonesia merupakan negara yang berbadan hukum yang dimana mempunyai aturan yang harus ditaati oleh Chriss Bun. Semua aturan yang dibuat merupakan untuk kebaikan bersama dan harus ditaati. Dengan adanya peraturan Undang Undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terhadap peredaran daur ulang makanan kadaluarsa, dalam hal ini pemerintah melindungi konsumen agar tidak mengkonsumsi makanan yang kadaluarsa akibat dari kecurangan dari penjual makanan. Chriss Bun tidak pernah menjual produknya dengan menggunakan daging serta bahan baku yang sudah tidak layak atau sudah tidak fresh. Karena Chriss Bun juga selalu mengutamakan Kesehatan dari konsumen.

**Dampak yang akan dirasakan oleh Chriss Bun adalah:**

1. Chriss Bun menjamin menyajikan *salad wrap fresh*.
2. Chriss Bun menjamin kehalalan produk yang dijual dengan adanya sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia).
3. Dengan tidak adanya keraguan oleh konsumen, hal ini dapat membuat Chriss Bun mempunyai citra yang baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



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

Teori Porter Five Forces adalah suatu cara yang bisa digunakan untuk mengetahui kelebihan suatu perusahaan berdasarkan faktor-faktor eksternal perusahaan. Teori ini dikembangkan oleh Michael Porter. Berikut ini merupakan penjelasan analisis lima kekuatan persaingan dari Chriss Bun:

#### A. Persaingan antar Perusahaan Sejenis

Chriss Bun merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner makanan sehat, di mana mereka menyajikan *salad wrap* yang dapat ditemui di daerah Harapan Indah, Bekasi. Restoran yang menyajikan makanan sehat di daerah tersebut dapat dibilang masih cukup jarang. Chriss Bun terinspirasi membuat makanan sehat dan praktis karena masyarakat Indonesia memiliki aktivitas yang cukup padat dan karena efek pandemi COVID-19 yang di mana masyarakat harus merubah pola hidup yang lama menjadi pola hidup sehat dengan begitu Chriss Bun menyajikan produk makanan sehat dan dapat dengan mudah dihidangkan kapan pun dan di mana pun. Dengan melihat peluang yang muncul dari pandemi COVID-19, penulis terinspirasi untuk membuat usaha makanan sehat tersebut.

#### Identifikasi elemen ini terhadap Chriss Bun adalah:

1. Karena memiliki harga yang terjangkau namun produk tetap berkualitas
2. Karena memiliki bumbu racikan yang khas dari Chriss Bun dengan begitu *salad wrap* sulit untuk ditiru, Chriss Bun memiliki peluang yang cukup besar.

#### B. Kekuatan Pemasok

Pemasok bahan baku utama untuk kegiatan operasional Chriss Bun terbilang mudah untuk ditemui, karena bahan baku yang dibutuhkan merupakan bahan-bahan yang dikonsumsi masyarakat sehari-harinya seperti daging dada ayam segar, sayuran dan bahan dasar lainnya yang juga terbilang mudah untuk ditemui di pasar. Hal tersebut merupakan alasan bahan dasar yang dibutuhkan bisa didapatkan dengan mudah namun tetap harus selektif dalam memilih bahan baku yang berkualitas. Dengan adanya





kemudahan memperoleh bahan baku, hal tersebut menjadi sebuah peluang yang baik pula terhadap Chriss Bun untuk dapat menjalankan kegiatan operasional.

**Identifikasi elemen ini terhadap Chriss Bun adalah:**

1. Mudahnya Chriss Bun dalam mendapatkan bahan baku karena banyak ditemui dipasaran.

**C. Ancaman Pendetang Baru**

Pesaing baru yang mau memasuki bisnis dalam bidang kuliner makanan sehat seperti *salad wrap* terbilang cukup mudah. Hal tersebut dikarenakan modal yang dibutuhkan dalam memproduksi *salad wrap* tidak terlalu besar serta tidak dibutuhkan kemampuan khusus untuk dapat membuatnya. Karena mudahnya pesaing untuk memasuki bisnis dalam jenis ini, hal tersebut bisa menjadi sebuah ancaman bagi Chriss Bun.

**Identifikasi elemen ini bagi Chriss Bun adalah:**

1. Dikarenakan dalam menjalankan bisnis kuliner terutama dibidang makanan sehat seperti *salad wrap* terbilang cukup mudah, hal tersebut menjadi sebuah ancaman bagi Chriss Bun dikemudian hari.

**D. Ancaman Barang Pengganti**

Makanan sehat seperti *salad wrap* mempunyai banyak barang pengganti. Misalnya seperti salad bowl, jus, dan katering makanan sehat dengan ciri khas masing - masing. Meskipun tidak banyak yang menjual makanan sehat seperti *salad wrap* dengan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik, konsumen tetap memiliki banyak pilihan. Maka ancaman barang pengganti bagi Chriss Bun terbilang cukup besar, akan tetapi penulis tetap berfokus pada pengembangan inovasi agar dapat selalu bersaing dengan pasar makanan sehat lainnya dan mempertahankan kualitas yang baik pada produk untuk tetap bisa bertahan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



**Identifikasi elemen ini bagi Chriss Bun adalah:**

1. Memiliki bumbu racikan yang khas dari Chriss Bun dengan begitu pesaing sulit untuk meniru.
2. Berfokus pada pengembangan cita rasa, inovasi produk makanan sehat dan mempertahankan kualitas baik produk.

**E Kekuatan Pembeli**

Masyarakat Indonesia memiliki minat dan daya tarik yang tinggi terhadap makanan sehat, begitupun juga kepada masyarakat sekitar di wilayah Harapan Indah Bekasi tempat di mana Chriss Bun menjalankan bisnis tersebut. Tetapi, karena minat daya tarik masyarakat terhadap makanan sehat termasuk cukup tinggi, hal tersebut menjadi adanya pesaing yang akan membuat jenis usaha yang sama di kemudian hari.

**Identifikasi elemen ini bagi Chriss Bun adalah:**

1. Daya tarik para konsumen kepada makanan sehat seperti *salad wrap* cukup tinggi.
2. Chriss Bun berada di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh para pelanggan secara langsung dengan mengunjungi gerai maupun dengan memanfaatkan layanan *online delivery* karena berada di area perumahan, sekolah-sekolah besar dan universitas hal tersebut menjadi sebuah peluang kepada Chriss Bun.

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

Menurut Fred David dan Forest David (2017 : 236) *Competitive Profile Matrix (CPM)* merupakan cara yang diimplementasikan untuk mengidentifikasi pesaing utama perusahaan, tidak terkecuali kekuatan dan kelemahannya terutama dalam kaitannya dengan posisi strategis perusahaan. Analisis CPM bisa memberikan suatu gambaran kekuatan dan kelemahan dari pesaing sehingga mempermudah perusahaan untuk merencanakan strategi yang lebih matang lagi agar dapat bersaing dan bisa membuat perusahaan menjadi berkembang lebih baik lagi dari sebelumnya. Berikut adalah Key Succes Factor dan analisis CPM dari Chriss Bun dengan metode pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif melalui kuesioner untuk mengetahui tanggapan mereka terhadap usaha makanan jenis *salad wrap*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.  
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 3.3 Competitive Profile Matrix Chriss Bun

| No.          | Key Success Factors | Bobot | Chriss Bun |             | Hawker Bun |             | SaladStop! |             |
|--------------|---------------------|-------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
|              |                     |       | Rating     | Score       | Rating     | Score       | Rating     | Score       |
| 1            | Harga produk        | 0.10  | 4          | 0.40        | 3          | 0.30        | 2          | 0.20        |
| 2            | Kehalalan produk    | 0.10  | 4          | 0.39        | 4          | 0.39        | 4          | 0.39        |
| 3            | Kualitas bahan baku | 0.18  | 3          | 0.53        | 2          | 0.35        | 4          | 0.70        |
| 4            | Besarnya produk     | 0.16  | 3          | 0.49        | 2          | 0.33        | 2          | 0.33        |
| 5            | Kualitas pelayanan  | 0.17  | 3          | 0.51        | 2          | 0.34        | 4          | 0.68        |
| 6            | Brand               | 0.13  | 1          | 0.13        | 3          | 0.39        | 4          | 0.53        |
| 7            | Promosi             | 0.16  | 2          | 0.32        | 2          | 0.32        | 4          | 0.64        |
| <b>Total</b> |                     | 1.00  |            | <b>2.78</b> |            | <b>2.43</b> |            | <b>3.47</b> |

Sumber: Chriss Bun, 2023

Berdasarkan analisis dari CPM pada tabel 3.3, bisa disimpulkan bahwa Chriss Bun berhasil mendapatkan peringkat di nomor 2 di nilai 2,78 apabila dibandingkan dengan pesaingnya yang mendapatkan peringkat ke 1 yaitu SaladStop! dengan nilai 3.47. Peringkat terakhir didapatkan oleh Hawker Bun dengan perolehan nilai 2,43. Sebagai kesimpulan, nilai-nilai yang ditawarkan oleh Chriss Bun sudah cukup baik dan mampu menggambarkan daya saing Chriss Bun dengan merk yang menawarkan produk serupa.

### 3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analisis)

Analisis SWOT merupakan alat yang penting dalam membantu perusahaan untuk mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi perusahaan. Analisis SWOT ada dengan tujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara terstruktur dalam merumuskan strategi pada perusahaan. Menurut Fred R. David (2017 : 251) SWOT Matriks merupakan usaha yang dilakukan berdasarkan logika yang bisa memaksimalkan peluang dan kekuatan, sehingga pada saat yang sama dapat meminimalisir kelemahan dan ancaman. Ada empat jenis strategi yaitu, strategi SO (*Strength-Opportunities*) atau strategi kekuatan dan peluang, strategi WO (*Weakness-Opportunities*) atau strategi kelemahan dan peluang, strategi ST

1. Dilarang menyalin atau menjiplak isi laporan ini untuk dipublikasikan atau digunakan dalam penyusunan laporan. Penyalinan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 2019  
 Intipri Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



(*Strength-Threat*) atau strategi kekuatan dan ancaman, dan strategi WT (*Weakness-Threat*) atau strategi kelemahan dan ancaman.

Berikut ini adalah analisis SWOT dari Chriss Bun:

**A. Strength (Kekuatan)**

1. Harga produk yang ditawarkan masih terjangkau
2. Produk yang dijual memiliki porsi yang sesuai dengan harga
3. Mempunyai produk yang berkualitas baik
4. Memiliki kandungan yang sehat dan tinggi protein
5. Mempunyai bumbu saus salad yang khas dari Chriss Bun sehingga sulit ditiru

**B. Weaknesses (Kelemahan)**

1. Varian produk yang ditawarkan masih sedikit
2. Belum mempunyai citra produk di masyarakat karena usaha baru berdiri
3. Pangsa pasar yang belum besar
4. Promosi yang dilakukan oleh Chriss Bun masih terbatas

**C. Opportunities (Peluang)**

1. Pemerintah mempunyai program yang dimana mendukung para UMKM
2. Besarnya pertumbuhan penduduk dan adanya perubahan pola hidup yang sehat sehingga Chriss Bun diuntungkan dalam hal tersebut.
3. Perkembangan teknologi bisa meningkatkan penjualan melalui media sosial dan tidak mengeluarkan biaya lagi
4. Mudah memperoleh bahan baku

**D. Threats (Ancaman)**

1. Adanya pesaing yang menyajikan makanan serupa seperti catering sehat dan makanan vegan dari daerah lain
2. Beragamnya preferensi dan pola hidup masyarakat yang seringkali berubah-ubah
3. Munculnya pesaing baru di kemudian hari

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.

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



Tabel 3.4 SWOT Matriks Chriss Bun

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p><b>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:<br/>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.<br/>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.<br/>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p> | <p><b>Strengths</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga produk yang ditawarkan masih terjangkau</li> <li>2. Produk yang dijual memiliki porsi yang sesuai dengan harga</li> <li>3. Mempunyai produk yang berkualitas baik</li> <li>4. Memiliki kandungan yang sehat dan tinggi protein</li> <li>5. Mempunyai bumbu saus salad yang khas dari Chriss Bun sehingga sulit ditiru</li> </ol> | <p><b>Weaknesses</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Varian produk yang ditawarkan masih sedikit</li> <li>2. Belum mempunyai citra produk di masyarakat karena usaha baru berdiri</li> <li>3. Pangsa pasar yang belum besar</li> <li>4. Promosi yang dilakukan oleh Chriss Bun masih terbatas</li> </ol>  |
| <p><b>Opportunities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemerintah mempunyai program yang dimana mendukung para UMKM</li> <li>2. Besarnya pertumbuhan penduduk dan adanya perubahan pola hidup yang sehat sehingga Chriss Bun diuntungkan dalam hal tersebut.</li> <li>3. Adanya teknologi dapat membantu meningkatkan popularitas dan juga penjualan Chris Bun melalui media sosial,</li> </ol>   | <p><b>S-O Strategies</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menekankan kualitas bahan produk yang <i>fresh</i> sehingga <i>salad wrap</i> tetap berkualitas (S3, O4)</li> <li>2. Dapat menawarkan produk dengan kandungan yang sehat kepada target pasar dengan pola hidup sehat (S4, O2)</li> </ol>  | <p><b>W-O Strategies</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat memanfaatkan media sosial dengan baik untuk memperkenalkan citra produk Chriss Bun terhadap masyarakat (W2,W3,O3)</li> <li>2. Menawarkan varian menu yang unik dan bergizi (W1, O3)</li> <li>3. Memanfaatkan media sosial untuk mengembangkan brand dari Chriss Bun (W4,O3)</li> </ol> |



|   |   |   |
|---|---|---|
| <p>serta mempermudah proses penelitian dan pengembangan produk.</p> <p>4. Mudah memperoleh bahan baku</p>   |   |   |
| <p><b>Threats</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya pesaing yang menyajikan makanan serupa seperti catering sehat dan makanan vegan dari daerah lain</li> <li>2. Beragamnya preferensi dan pola hidup masyarakat yang seringkali berubah-ubah</li> <li>3. Munculnya pesaing baru di kemudian hari</li> </ol> | <p><b>S-T Strategies</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan kualitas produk yang sudah baik dan terus meningkatkannya (S3, T1, T3)</li> </ol> | <p><b>W-T Strategies</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan inovasi, penelitian dan pengembangan agar bisnis dapat menawarkan menu-menu baru serta melakukan pembangunan berkelanjutan (W1, T1)</li> <li>2. Chriss Bun harus melakukan promosi agar citra brand terbentuk di masyarakat (W4,T3)</li> </ol> |

Sumber : Chriss Bun, 2023

**A. Strategi S-O**

1. Chriss Bun selalu menggunakan bahan baku yang *fresh* karena untuk menjaga kualitas produk tersebut sehingga para pelanggan tidak kecewa dengan *salad wrap* yang ditawarkan oleh Chriss Bun
2. Membantu masyarakat menerapkan pola hidup yang sehat terutama dengan mengkonsumsi makanan yang memiliki kandungan protein yang tinggi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperjualbelikan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



## B. Strategi W-O

1. Chriss Bun dapat memperkenalkan produk *salad wrap* dengan menggunakan media sosial sehingga dapat membuat citra produk *salad wrap* dari Chriss Bun dikenal oleh masyarakat sekitar.
2. Chriss Bun dapat menambah varian produk *salad wrap* yang sehat dan bergizi sehingga menarik bagi pelanggan.
3. Di era digitalisasi saat ini, Chriss Bun harus mampu memanfaatkan media sosial sebagai salah satu media untuk mengembangkan brand dari Chriss Bun.

## C. Strategi S-T

1. Kualitas bahan yang digunakan oleh Chriss Bun selalu memakai yang terbaik dengan harga yang terjangkau sehingga dapat bersaing dengan makanan yang beredar di masyarakat sekitar dan juga makanan sehat yang lainnya.

## D. Strategi W-T

1. Dengan selalu melakukan pengembangan dan menawarkan menu-menu *salad wrap* baru kepada masyarakat, Chriss Bun dapat dikenal oleh banyak masyarakat yang luas serta bisa mendapatkan kesetiaan pembelian dari pelanggan.
2. Mengingat semakin banyaknya kompetitor langsung maupun tidak langsung, salah satu hal yang dapat dilakukan oleh Chriss Bun untuk dapat terus bersaing adalah dengan memperkuat citra *brand*. Salah satunya adalah dengan melakukan promosi di media sosial.