



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Dalam membuka dan menjalankan sebuah usaha atau bisnis, seorang pengusaha perlu terlebih dahulu untuk melakukan analisis industri dan menganalisis apa yang akan dihadapi kedepannya sebagai kendala seperti pesaing agar dapat meminimalkan segala kendala dan resiko terhadap bisnis kita yang akan muncul dikemudian hari. Dalam melakukan analisa *industry* yang akan dijalankan, data tren pertumbuhan industri adalah hal yang sangat penting dan dibutuhkan oleh seorang pengusaha.

Bakmie merupakan salah satu jenis sajian dari mie yang dipopulerkan oleh pedagang Tiongkok yang datang ke Indonesia. Bisnis makanan Bakmie ini termasuk menjadi salah satu favorit di Indonesia karena banyaknya pencinta bakmie. Dan juga munculnya produk mie dalam berbagai variasi seperti mie instan, mie ayam, soto mie maupun bakmie menjadi bukti bahwa bisnis ini dapat mempunyai peluang besar bagi para pelaku usaha mikro di Indonesia. Dan masyarakat selalu penasaran apabila ada variasi baru dari bakmie maupun mie

Bisnis dalam bidang kuliner adalah bisnis yang mempunyai kestabilan peluang dalam setiap tahunnya. Dan juga di era industri 4.0 ini yang dimana gadget dan internet sudah sangat berkembang yang dapat memudahkan pelaku usaha dalam menjalankan bisnis kuliner di Indonesia. Di jaman sekarang ini sangat mudah sekali memasarkan produk dan usaha kita melalui *handphone*, *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.

© Hak Cipta milik IBIKKG (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.



B. 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.

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



Tabel 3.1 Kelebihan dan Kelemahan Pesaing

Pesaing	Kelebihan	Kelemahan
Bakmie 37 singkawang	<ul style="list-style-type: none"> - mempunyai nama yang sudah terkenal di daerah harapan indah - mempunyai rasa yang khas dan unik yang berasal dari singkawang - berdiri sudah lama 	<ul style="list-style-type: none"> - jarang melakukan promosi dikarenakan merasa sudah dikenal - harga yang tergolong mahal
Bakmie pematang siantar	<ul style="list-style-type: none"> - mempunyai porsi yang banyak - harga yang terjangkau - sering melakukan promosi 	<ul style="list-style-type: none"> - lokasi yang kurang strategis - rasa dari bakmie yang disediakan tergolong biasa saja atau tidak ada ciri khasnya
Bakmie Aloii	<ul style="list-style-type: none"> - mempunyai rasa yang enak dan khas bangka juga - mempunyai fasilitas tempat makan yang nyaman dan bersih - mempunyai lokasi yang strategis 	<ul style="list-style-type: none"> - harganya yang tergolong cukup mahal - porsi dari bakmie yang sedikit

Sumber: Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus

Ketiga pesaing diatas adalah pesaing langsung bagi Kedai Bakmie Bangka ayam kampus karena mereka menjual produk yang sejenis dengan Kedai Bakmie Bangka ayam kampus. Ketiga pesaing diatas juga dianggap sebagai pesaing yang cukup berat karena mempunyai kelebihan dan kekurangan masing – masing

Selain mempunyai pesaing langsung, Kedai Bakmie Bangka ayam kampus juga mempunyai pesaing tidak langsung seperti tempat makan yang menjual makanan mie jenis lain, seperti misalnya mie ramen, mie ayam, penjual indomie, dll. Namun, pesaing tidak langsung ini tidak memberikan dampak yang besar bagi Kedai Bakmie Bangka ayam kampus karena sebagian besar peminat bakmie dengan mie jenis lainnya berbeda. Apabila seseorang memang ingin makan bakmie, maka orang tersebut akan mencari bakmie saja, dan mereka tidak mencari mie jenis lainnya.



Tabel 3.2
Kelebihan dan Kelemahan Pesaing tidak langsung

Pesaing	Kelebihan	Kelemahan
Art of soya	<ul style="list-style-type: none"> - sudah sangat dikenal di daerah bekasi, harapan indah - menjual berbagai olahan mie - berlokasi strategis 	<ul style="list-style-type: none"> - fasilitas tempat yang kurang nyaman dan bersih - porsi yang sedikit
Gokana ramen	<ul style="list-style-type: none"> - mempunyai branding yang sudah sangat dikenal - mempunyai rasa ramen yang mirip dengan ramen asal jepang - berlokasi strategis biasanya ada di dalam mall 	<ul style="list-style-type: none"> - harga yang tergolong mahal
Mie ayam cabe gerus	<ul style="list-style-type: none"> - mempunyai minat tersendiri bagi mereka yang mempunyai selera makan yang pedas - mempunyai porsi yang cukup banyak 	<ul style="list-style-type: none"> - kurang nya promosi - kurang dikenal banyak orang

Sumber: Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus

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

Analisis PESTEL adalah sebuah analisa yang dapat mengidentifikasi kekuatan eksternal yang nantinya akan mengancam atau memberikan peluang kepada suatu perusahaan seperti faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum. Maka dari itu, analisis PESTEL penting untuk dilakukan agar perusahaan mempunyai gambaran mengenai lingkungan disekitar perusahaan dijalankan.

Berikut adalah analisis PESTEL bagi perusahaan Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus:

Hak Cipta Ditindungi 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 mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. *Politic*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pandemi Covid-19 sangat memberikan dampak yang besar bagi UMKM seperti Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus. Berdasarkan hasil survey dari Katadata insight Center (KIC) yang dilakukan terhadap 206 UMKM di JABODETABEK, 15 sekitar 82,9% merasakan dampak negatif dari adanya pandemi ini. Kondisi ini, bahkan sebesar 63,9% mengalami penurunan omzet lebih dari 30%. Dengan melihat buruknya pertumbuhan UMKM di Indonesia, pemerintah tidak tinggal diam. Pemerintah berupaya untuk mengusahakan kestabilan bagi para pelaku UMKM dengan mengeluarkan regulasi. Karena berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) bulan Maret 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07 persen atau senilai Rp8.573,89 triliun, hal ini membuat UMKM menjadi pilar penting bagi perekonomian Indonesia. Maka dari itu, pemerintah mengeluarkan regulasi untuk menolong UMKM seperti memberikan insentif terhadap UMKM lewat program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) pemerintah pusat ditahun 2020 dan 2021.

Hasil dari upaya ini adalah sebagian UMKM dapat bertahan dalam menghadapi pandemi dan tidak lagi mengalami krisis yang begitu berat. Total anggaran yang disediakan pemerintah untuk program Pemulihan Ekonomi Nasional ini sebesar Rp. 699,43 triliun. Dengan adanya regulasi dari pemerintah yang membuat pertumbuhan UMKM semakin mengarah positif, hal ini menjadi peluang bagi Kedai Bakmie Bangka ayam kampus untuk bisa beroperasi. Kedai Bakmie Bangka ayam kampus bisa mendapat bantuan dana dari pemerintah dengan cara mendaftarkan bantuan BLT (Bantuan Langsung Tunai) UMKM melalui situs *online* yaitu <https://oss.go.id>.

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.



Dampak yang dirasakan oleh Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus adalah Dapat mendaftarkan usaha melalui situs *online* untuk mendapatkan bantuan uang tunai dari pemerintah.

2. *Economy*

Faktor ekonomi mempunyai pengaruh yang cukup besar bagi UMKM. Apabila melihat kondisi ekonomi tahun 2023 Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan pertumbuhan ekonomi Indonesia tetap kuat. Pertumbuhan ekonomi Indonesia tercatat tetap tinggi yakni 5,01%, di tengah pertumbuhan ekonomi global yang dalam tren melambat. Dengan perkembangan tersebut, pertumbuhan Indonesia secara keseluruhan tahun 2022 tercatat 5,31%, jauh meningkat dari capaian tahun sebelumnya sebesar 3,70%. Ke depan, pertumbuhan ekonomi 2023 diperkirakan tetap kuat pada kisaran 4,5-5,3%, didorong oleh peningkatan permintaan domestik, baik konsumsi rumah tangga maupun investasi. Prakiraan tersebut sejalan dengan naiknya mobilitas masyarakat pasca penghapusan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), membaiknya prospek bisnis, meningkatnya aliran masuk Penanaman Modal Asing, serta berlanjutnya penyelesaian Proyek Strategis Nasional.

Masyarakat yang ada di sekitar lokasi Kedai Bakmie Bangka ayam kampus beroperasi serta melihat pendapatan calon konsumen, rata-rata dari mereka mempunyai kondisi keuangan yang cukup dan menengah keatas, maka hal ini dapat menjadi peluang yang cukup baik bagi Kedai Bakmie Bangka ayam kampus karena tidak akan menjadi masalah bagi mereka untuk membeli produk dari Kedai Bakmie Bangka ayam kampus yang dapat terbilang mempunyai harga yang terjangkau dan

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



murah .dampak yang dirasakan oleh Kedai Bakmie Bangka ayam kampus adalah

Ⓒ Harga mie yang terjangkau dapat meningkatkan penjualan.

3. *Social*

Faktor sosial mempunyai pengaruh yang besar bagi usaha Kedai Bakmie Bangka ayam kampus. Seperti yang diketahui, saat ini Indonesia sedang mengalami bonus demografi dan peningkatan jumlah penduduk. Kebutuhan masyarakat akan pemenuhan makanan juga menjadi meningkat. Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa bakmie merupakan salah satu makanan yang sangat diminati oleh masyarakat di Indonesia. Dengan meningkatnya kebutuhan makanan untuk masyarakat dan ditambah dengan kegemaran masyarakat dalam mencoba makanan atau tempat makan yang baru, hal ini dapat menjadi peluang yang baik bagi Kedai Bakmie Bangka ayam kampus untuk dapat menjual produknya. Dampak yang dirasakan bagi kedai bakmie ayam kampus adalah peminat mie yang mengalami peningkatan dan meningkatnya jumlah penduduk berdampak meningkatnya juga peminat terhadap makanan.

4. *Technology*

Kemajuan teknologi dijamin sekarang sangat membantu pekerjaan manusia di segala bidang. Termasuk bisnis yang dijalankan oleh Kedai Bakmie Bangka ayam kampus. Dengan adanya kemajuan teknologi, Kedai Bakmie Bangka ayam kampus dapat lebih mudah melakukan promosi lewat sosial media. Selain lebih mudah, biaya yang diperlukan juga menjadi lebih murah. Selain itu Kedai Bakmie Bangka ayam kampus juga dapat meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan aplikasi *online* seperti, *Go Food*, *Shopee Food*, dan *Grab Food*. Faktor teknologi seperti inilah yang dapat memberikan peluang yang baik bagi Kedai Bakmie Bangka ayam kampus untuk melakukan kegiatan operasional.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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.



Selain itu, Kedai Bakmie Bangka ayam kampus juga mempunyai sebuah alat pembuat mie sederhana yang dapat membuat mie dalam waktu yang singkat. Dengan adanya alat ini, Kedai Bakmie Bangka ayam kampus dapat membuat mie sendiri tanpa adanya bahan pengawet yang bisa membahayakan Kesehatan konsumen.

Dampak yang dirasakan bagi Kedai Bakmi Bangka Ayam Kampus:

- a. masyarakat menjadi lebih mudah order bakmie ayam kampus
- b. Dapat memudahkan membuat mie secara langsung
- c. Dapat memastikan bahwa mie yang di jual masih segar dan tanpa bahan pengawet

5. *Environment*

Bagi Kedai Bakmie ayam kampus, menjaga lingkungan sekitar agar tetap bersih dan hijau adalah sebuah kewajiban dan keharusan. Limbah yang dihasilkan karena proses produksi adalah seperti sampah *tissue*, sampah plastik dan kertas. Penanganan yang dilakukan terhadap limbah-limbah tersebut adalah dengan cara memasukkannya kedalam kantong yang sangat besar, mengumpulkannya hingga penuh dan banyak. Setelah terkumpul, Kedai Bakmie Bangka ayam kampus akan membawa kepada penampung sampah agar nantinya dapat didaur ulang dan tidak mencemarkan lingkungan. Semua hal ini dilakukan agar lingkungan sekitar tetap terjaga bersih dan nyaman. Dampak yang dirasakan bagi Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus adalah:

- a. Berkontribusi dalam menyelamatkan lingkungan.
- b. Dengan lingkungan yang bersih dan nyaman dapat membuat konsumen tertarik datang.
- c. Dengan tertariknya konsumen hal ini dapat meningkatkan penjualan dari kedai bakmie ayam kampus.

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



6. Legal

Indonesia adalah negara hukum yang dimana mempunyai peraturan yang harus ditaati oleh Kedai Bakmie Bangka ayam kampus. Semua peraturan yang dibuat adalah untuk kebaikan bersama dan harus ditaati. Dengan melihat 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. Kedai Bakmie Bangka ayam kampus tidak pernah menjual produknya dengan menggunakan daging serta bahan baku yang sudah tidak layak atau sudah kadaluarsa. Karena Kedai Bakmie Bangka ayam kampus selalu mengutamakan Kesehatan dan kebersihan dari konsumen. Dampak yang dirasakan oleh Bakmi Bangka Ayam Kampus:

- a. Kedai Bakmie Bangka ayam kampus menjamin bahwa tidak pernah menjual makanan yang kadaluarsa.
- b. Kedai Bakmie Bangka ayam kampus menjamin kehalalan produk yang dijual dengan mendapatkan sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia).
- c. Dengan tidak adanya keraguan oleh konsumen, hal ini dapat membuat Kedai Bakmie Bangka ayam kampus mempunyai citra yang lebih baik lagi dipasar.

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

Teori Porter *Five Forces* adalah suatu metode yang dapat digunakan guna untuk mengetahui kekuatan industri berdasarkan dari faktor-faktor eksternal perusahaan. Teori ini dikembangkan oleh Michael Porter. Berikut ini adalah penjelasan analisis lima kekuatan persaingan dari Kedai Bakmie Bangka ayam kampus:

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.



1. Persaingan Antar Perusahaan Sejenis

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Persaingan antar Kedai Bakmie yang semakin lama semakin ketat dan keadaan usaha yang semakin berkembang pesat menyebabkan setiap Kedai Bakmie harus tetap bertahan dalam tajamnya persaingan di dunia usaha. Hal ini, dapat dilihat dari beberapa Kedai Bakmie yang melakukan pemasaran produknya dengan menawarkan kualitas produk yang baik dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Begitu pula persaingan antar pasar industri Bakmie Ayam di Harapan Indah Bekasi

2. Kekuatan Pemasok

Pemasok bahan baku utama untuk kegiatan operasional Kedai Bakmie Bangka ayam kampus terbilang mudah untuk ditemui, karena bahan baku yang dibutuhkan adalah hanya daging dan bahan untuk membuat mie serta bahan dasar lainnya yang beredar dimana-mana dalam jumlah besar. Inilah alasan bahan dasar yang dibutuhkan dapat dikatakan cukup mudah untuk diperoleh namun tetap harus selektif dalam memilih bahan baku yang berkualitas. Dengan adanya kemudahan memperoleh bahan baku, hal ini menjadi peluang yang baik juga bagi Kedai Bakmie Bangka ayam kampus untuk menjalankan kegiatan operasional. Identifikasi elemen ini terhadap Kedai Bakmie Bangka ayam kampus adalah:

- a. Mudahnya Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus mendapatkan bahan baku karena banyak dijual dimana-mana.

3. Ancaman Pendetang Baru

Pesaing baru yang ingin memasuki bisnis kuliner dibidang bakmie ini terbilang cukup mudah. Karena modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar serta tidak dibutuhkan kemampuan khusus untuk dapat membuat bakmie. Karena mudahnya pesaing untuk memasuki bisnis jenis ini, hal ini dapat menjadi ancaman bagi Kedai

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.



Bakmie Bangka ayam kampus. Identifikasi elemen ini bagi Kedai Bakmie Bangka ayam kampus adalah:

- a. Dikarenakan untuk menjalankan bisnis kuliner terutama dibidang bakmie terbilang cukup mudah, hal ini dapat menjadi ancaman bagi Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus dikemudian hari.

4. Ancaman Barang Pengganti

Makanan dengan jenis mie mempunyai banyak barang pengganti. Seperti misalnya Mie Ayam, Soto Mie, Mie Ramen atau Bakmie dengan khas dari daerah lain. Meskipun tidak banyak yang menjual Bakmie dengan khas daerah Bangka yang asli, namun konsumen mempunyai banyak pilihan. Maka ancaman barang pengganti bagi Kedai Bakmie Bangka ayam kampus terbilang cukup besar, namun penulis tetap berfokus pada pengembangan cita rasa khas Bangka yang tidak mudah ditiru dan mempertahankan kualitas yang baik pada produk untuk tetap bisa bertahan. Identifikasi elemen ini bagi Kedai Bakmie Bangka ayam kampus adalah:

- a. Rasa Bakmie khas daerah Bangka sulit untuk ditiru
- b. Berfokus pada pengembangan cita rasa dan mempertahankan kualitas baik produk.

5. Kekuatan Pembeli

Masyarakat Indonesia mempunyai minat yang tinggi terhadap makanan jenis bakmie, begitupun juga masyarakat di wilayah Harapan Indah Bekasi tempat dimana Kedai Bakmie Bangka ayam kampus beroperasi. Namun, karena minat daya tarik masyarakat terhadap bakmie termasuk cukup tinggi, hal ini dapat membuat Kedai Bakmie Bangka ayam kampus mempunyai pesaing di industri sejenis. Identifikasi elemen ini bagi Kedai Bakmie Bangka ayam kampus adalah:

- a. Daya tarik konsumen terhadap makanan bakmie masih tinggi.



- b. Kedai Bakmie Bangka ayam kampus mempunyai lokasi strategis yang dimana dekat dengan area perumahan, sekolah-sekolah besar dan universitas yang dapat menjadi keuntungan bagi Kedai Bakmie Bangka ayam kampus.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

E. Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses

Menurut Fred David dan Forest David (2017: 236) *Competitive Profile Matrix (CPM)* adalah suatu metode yang mengidentifikasi pesaing utama perusahaan termasuk kekuatan dan kelemahannya khususnya dalam kaitannya dengan posisi strategis perusahaan. Analisis CPM dapat menunjukkan gambaran kekuatan dan kelemahan dari pesaing yang sehingga membuat perusahaan dapat merencanakan rencana yang lebih matang lagi untuk dapat bersaing dan membuat perusahaan menjadi lebih baik lagi. Berikut adalah *Key Succes Factor* dan analisis CPM dari Kedai Bakmie Bangka ayam kampus dengan mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner untuk mengetahui tanggapan mereka terhadap usaha makanan jenis bakmie.

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 3.3
Competitive Profile Matrix Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus

no	Key success factor	bobot	Kedai bakmie bangka ayam kampus		Bakmie 37 singkawang		Bakmie pematang siantar	
			Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
1	Harga produk	0.13	4	0.52	3	0.39	3	0.39
2	Kebersihan kedai	0.22	4	0.88	3	0.66	3	0.66
3	Kualitas produk	0.25	3	0.75	3	0.75	3	0.75
4	Cita rasa produk	0.30	4	1.2	4	1.2	4	1.2
5	Varian produk	0.11	1	0.11	2	0.22	3	0.33
	Total	1		3,46		3.22		3.33

Sumber: Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus

Berdasarkan hasil analisis CPM pada Tabel 3.3 dapat diambil kesimpulan bahwa Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus mendapati peringkat paling tinggi dan menjadi paling unggul dengan nilai 3,46 apabila dibandingkan dengan pesaingnya yang mempunyai peringkat kedua tertinggi yaitu Bakmie Pematang Siantar dengan nilai 3.33, peringkat ketiga yaitu Bakmie 37 Singkawang dengan nilai 3.22. Akan tetapi, meskipun mendapatkan nilai dan peringkat paling tinggi, bukan berarti Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus adalah yang paling sempurna. Dibandingkan dengan pesaingnya, semua tetap mempunyai kekuatan dan kelemahan masing-masing seperti misalnya varian produk yang paling sedikit dimiliki oleh Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus jika dibandingkan dengan para pesaingnya. Jadi, kesimpulannya nilai ini hanyalah sebuah gambaran awal mengenai kelebihan dan kekurangan secara keseluruhan.



F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal

Menurut Fred R. David (2017: 251) SWOT Matriks adalah sebuah alat penting yang dapat digunakan untuk membantu manajer mengembangkan empat jenis strategi, yaitu strategi SO (*Strength-Opportunities*) atau strategi kekuatan dan peluang, strategi WO (*Weakness-Opportunities*) atau strategi kelemahan dan peluang, strategi ST (*Strength-Threat*) atau strategi kekuatan dan ancaman, dan strategi WT (*Weakness-Threat*) atau strategi kelemahan dan ancaman

Analisis SWOT ini dapat digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan dari perusahaan. Selain itu juga Dapat menentukan faktor-faktor strategi perusahaan, dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang secara sistematis digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Berikut ini adalah analisis SWOT dari Kedai Bakmie Bangka ayam kampus:

1. *Strength* (Kekuatan)

- Harga produk yang ditawarkan terjangkau bahkan tergolong murah
- Mempunyai tempat yang bersih dan higienis
- Mempunyai produk yang berkualitas baik dan mampu bersaing dengan pesaing
- Mempunyai cita rasa yang khas Bangka yang enak dan sulit ditiru

2. *Weakness* (Kelemahan)

- Varian produk yang masih sedikit

3. *Opportunities* (Peluang)

- Varian produk yang masih sedikit
- Adanya program pemerintah untuk mendukung UMKM



- c. Adanya peningkatan jumlah penduduk dan peningkatan peminat bakmi
- d. Perkembangan teknologi dapat meningkatkan penjualan lewat media sosial
- e. Mempunyai lingkungan yang bersih
- f. Mudah memperoleh bahan baku
- g. Mempunyai lokasi yang strategis

4. *Threats* (Tantangan)

- a. Banyak pesaing yang lebih unggul yang menjual bakmie dari daerah lain
- b. Belum terbentuknya kesetiaan pelanggan
- c. Munculnya pesaing baru di kemudian hari

Berikut tampilan Matrix SWOT Kedai Bakmi Bangka Ayam Kampus:

© 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 3.4 SWOT Matriks Kedai Bakmi Bangka Ayam Kampus

<p>C Hak cipta milik IBI Kian Gie</p>	<p>Strength 1.Harga produk yang ditawarkan murah dan sangat terjangkau 2. Mempunyai tempat yang bersih dan higienis 3. Mempunyai produk yang berkualitas baik 4. Mempunyai cita rasa khas Bangka yang enak dan sulit ditiru</p>	<p>Weakness 1. Varian produk yang ditawarkan masih sedikit</p>
<p>Opportunities 1. Adanya program pemerintah untuk mendukung UMKM 2. Adanya peningkatan jumlah penduduk dan peningkatan peminat bakmie 3. Perkembangan teknologi dapat meningkatkan penjualan lewat media sosial 4. Mempunyai lingkungan yang bersih 5. Mudah memperoleh bahan baku 6. Mempunyai lokasi yang strategis</p>	<p>S-o strategies 1. Dapat memaksimalkan cita rasa khas bakmie bangka untuk menunjukkan kualitas produk yang baik (S4,S3, O3) 2. Dapat menawarkan produk yang berkualitas baik kepada masyarakat peminat bakmie yang selalu meningkat (S3, O2) 3. mempunyai kedai bakmie yang bersih dapat mendukung lingkungan yang bersih (S2,O4)</p>	<p>W-o strategies 1. Memperbanyak varian produk untuk menarik peminat lebih banyak dengan menggunakan sosial media (W1, O2, O3)</p>
<p>Threat 1. Banyak pesaing yang lebih unggul yang menjual bakmie dari daerah lain 2. Belum terbentuknya kesetiaan pelanggan 3. Munculnya pesaing baru di kemudian hari</p>	<p>S-t strategies 1. Meningkatkan lagi kualitas produk yang sudah baik menjadi lebih baik (S3, T1, T3)</p>	<p>W-t strategies 1. Membentuk citra produk yang baik dan membuat perusahaan lebih dikenal agar mendapat kesetiaan pelanggan (W2, W3, T2)</p>

Sumber: Kedai Bakmie Bangka Ayam Kampus

1. Strategi S-O

- a. Kedai Bakmie Bangka ayam kampus dapat memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menggunakan sosial media untuk dapat menunjukkan kualitas produk yang baik karena hasil olahan sendiri yang tanpa menggunakan bahan pengawet apapun



- b. Kedai Bakmie Bangka ayam kampus juga dapat menawarkan dan menjual produk dengan kualitas yang baik kepada konsumen dengan memberikan harga yang relatif murah untuk dapat menarik dan meningkatkan minat terhadap bakmie.
- c. Kedai bakmie bangka Ayam Kampus juga memberikan lingkungan yang bersih di dalam kedai maupun di luar kedai bakmie bangka Ayam Kampus, dengan ini dapat memberikan suasana nyaman kepada konsumen

2. Strategi W-O

- a. Kedai Bakmie Bangka ayam kampus dapat memperbanyak varian produk yang ditawarkan kepada konsumen dengan menggunakan sosial media untuk menarik peminat yang lebih banyak lagi.

3. Strategi S-T

- a. Kualitas produk yang dari awal sudah baik harus ditingkatkan lagi menjadi lebih baik agar dapat mengungguli pesaing yang sudah lebih dulu beroperasi dan mempunyai citra produk.

4. Strategi W-T

- a. Dengan membentuk citra produk yang baik kepada masyarakat, perusahaan dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas serta mendapatkan kesetiaan dari para pelanggan.

© 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.