



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

#### © Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Kopi adalah salah satu minuman populer yang banyak dikonsumsi secara global. Sebagai komoditas pertanian dengan ekspor tertinggi, beragam biji kopi dapat diakses oleh kedai kopi lokal dan waralaba untuk menyajikan kopi terbaik kepada pelanggannya. Seiring bertambahnya populasi perkotaan dan meningkatnya pendapatan penduduk muda dan permintaan akan kafe generasi baru telah meningkatkan pasar kedai kopi di kota-kota perkotaan dan semi-perkotaan. Kedai kopi dirancang untuk bersosialisasi, pertemuan formal-informal serta pertemuan bisnis yang merupakan pergeseran dimensi dari struktur kedai kopi tradisional (BEM UGM, n.d).

Kopi adalah salah satu minuman populer yang banyak dikonsumsi secara global. Sebagai komoditas pertanian dengan ekspor tertinggi, beragam biji kopi dapat diakses oleh kedai kopi lokal dan waralaba untuk menyajikan kopi terbaik kepada pelanggannya. Seiring bertambahnya populasi perkotaan dan meningkatnya pendapatan penduduk muda dan permintaan akan kafe generasi baru telah meningkatkan pasar kedai kopi di kota-kota perkotaan dan semi-perkotaan. Kedai kopi dirancang untuk bersosialisasi, pertemuan formal-informal serta pertemuan bisnis yang merupakan pergeseran dimensi dari struktur kedai kopi tradisional. Perkembangan gaya hidup masyarakat Indonesia khususnya masyarakat urban yang memiliki keterkaitan dengan kedai kopi tidak lepas dari masuknya kedai kopi dari Amerika Serikat ke Indonesia yaitu Starbucks *Coffee*. Sejak saat itu, persaingan antar kedai kopi di Indonesia semakin ketat. Persaingan antar kedai kopi tidak hanya dari kedai kopi luar negeri seperti Starbuck, *Coffee Bean and Tea Leaf*, tetapi juga dari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.



kedai kopi lokal besar seperti *Cafe Excelso*. Tren konsumsi kopi yang terus meningkat khususnya di Jakarta menjadi peluang bisnis untuk membuka usaha kedai kopi. Seiring dengan bertambahnya bisnis kedai kopi di Jakarta dan tingginya jumlah penggemar dan penikmat kopi di kalangan anak muda, menuntut bisnis kedai kopi untuk lebih kreatif dan inovatif dalam hal pelayanan dan lebih menjangkau semua kalangan. Tren kedai kopi di Jakarta pun sedikit berubah, mulai dari kedai kopi berkonsep modern, megah dan bergaya industrial, kini banyak kedai kopi dengan tempat yang kecil namun nyaman serta menyajikan kopi dengan kualitas yang tak kalah bersaing. Jakarta sebagai salah satu simbol wisata kuliner, dan bisnis kedai kopi merupakan salah satu bisnis kuliner yang berkembang di Jakarta.

Sejak tahun 2014, di Jakarta mulai banyak bermunculan kedai kopi lokal yang mirip dengan kedai kopi luar negeri. Kedai kopi ini dibangun untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan budaya minum kopi dengan sarana dan prasarana yang memberikan kemudahan bagi konsumen seperti kemudahan akses internet. Selain itu, beberapa kedai kopi ternama di Jakarta memiliki beberapa gerai di tempat-tempat strategis. Bertambahnya jumlah kedai kopi di Jakarta membawa kompleksitas, persaingan, perubahan, dan ketidakpastian. Dalam menghadapi tingkat persaingan tersebut, para pelaku usaha kedai kopi dituntut untuk mampu dan siap memiliki daya saing yang tinggi. Setiap perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif dan mempertahankan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis saat ini. Daya saing bisnis salah satunya dipengaruhi oleh rantai nilai yang efektif, sehingga dapat mencapai kinerja yang optimal. Industri Kedai Kopi tumbuh lebih cepat daripada kebanyakan industri lain karena konsumen semakin mencari kopi spesial dan kenyamanan dengan harga terjangkau. Selain itu, operator kemungkinan akan terus merangsang minat konsumen dengan memperluas pilihan menu mereka untuk setiap perubahan preferensi konsumen.

Hasil Cipta Milik IBI IKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Pelajaran menulis bagian atas dan bawah dan seluruhnya
2. Pelajaran menulis bagian atas dan bawah dan seluruhnya
3. Pelajaran menulis bagian atas dan bawah dan seluruhnya
4. Pelajaran menulis bagian atas dan bawah dan seluruhnya

- a. Penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## B. Analisis Pesaing

Dunia bisnis serba cepat dan menuntut. Ada banyak persaingan dalam dunia bisnis dari perusahaan lain yang menyediakan produk dan layanan yang sama atau sebanding. Dalam bisnis itu disebut sebagai pesaing bisnis yang dimana pesaing ini memiliki bisnis yang sama. Ada banyak cara di mana perusahaan bersaing satu sama lain. Setiap perusahaan berusaha untuk memperluas pelanggannya sebanyak mungkin. Pasar kompetitif karena faktor-faktor seperti harga, kualitas, fitur, dan penawaran. Selama ada bisnis yang bersaing, konsumen mungkin berharap melihat perubahan harga di pasar tersebut. Itu karena konsumen dapat memilih dari berbagai macam alternatif dan memilih salah satu yang memberi mereka keuntungan terbesar. Dengan demikian, persaingan bisnis adalah mereka yang dapat mencuri konsumen dengan menyediakan produk atau layanan unggulan dengan harga lebih rendah. Menganalisis pasar untuk melihat bagaimana bisnis kita menghadapi persaingan juga penting. Ini adalah metode untuk menganalisis bisnis saingan untuk mencari tahu di mana bisnis menumpuk dan di mana mereka unggul.

Analisis pesaing dilakukan dengan mengikuti beberapa langkah sederhana. Bisnis dapat menghilangkan hambatan pertumbuhan dan mendapatkan keunggulan di pasar dengan mengikuti prosedur ini secara bersamaan. Tujuan dari analisis pesaing adalah untuk mengidentifikasi pesaing langsung bisnis kita. Keberhasilan analisis bisnis apa pun bergantung pada pengetahuan yang tepat tentang industri mana yang ditempati bisnis kita. Secara keseluruhan, sangat penting bagi setiap perusahaan untuk melakukan analisis persaingan. Jika kita ingin bisnis kita berhasil, maka kita harus dapat mengidentifikasi dan menghilangkan hambatan yang menghalangi bisnis kita untuk melakukannya dan mengetahui pesaing bisnis kita. Bisnis mungkin juga mendapat manfaat dari mempelajari pesaing mereka. Dengan bantuan analisis pesaing maka bisnis dapat memasuki pasar baru dan bersaing dengan bisnis yang selama ini berfokus pada mereka. Riset pasar ini menilai

1. Kembangkan strategi pemasaran atau rencana bisnis yang jelas dan terperinci.  
a. Pengetahuan yang baik tentang pasar dan pesaing.  
b. Pengetahuan tentang sumber daya yang tersedia.  
c. Pengetahuan tentang peluang pasar.  
d. Pengetahuan tentang risiko yang dihadapi.  
e. Pengetahuan tentang regulasi yang berlaku.  
f. Pengetahuan tentang tren pasar yang relevan.  
g. Pengetahuan tentang kebutuhan pelanggan yang spesifik.  
h. Pengetahuan tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan.  
i. Pengetahuan tentang kemampuan finansial perusahaan.  
j. Pengetahuan tentang kemampuan operasional perusahaan.  
k. Pengetahuan tentang kemampuan pemasaran perusahaan.  
l. Pengetahuan tentang kemampuan produksi perusahaan.  
m. Pengetahuan tentang kemampuan distribusi perusahaan.  
n. Pengetahuan tentang kemampuan layanan pelanggan perusahaan.  
o. Pengetahuan tentang kemampuan inovasi perusahaan.  
p. Pengetahuan tentang kemampuan manajemen perusahaan.  
q. Pengetahuan tentang kemampuan kepemimpinan perusahaan.  
r. Pengetahuan tentang kemampuan komunikasi perusahaan.  
s. Pengetahuan tentang kemampuan kerjasama perusahaan.  
t. Pengetahuan tentang kemampuan negosiasi perusahaan.  
u. Pengetahuan tentang kemampuan penyelesaian masalah perusahaan.  
v. Pengetahuan tentang kemampuan pengambilan keputusan perusahaan.  
w. Pengetahuan tentang kemampuan adaptasi perusahaan.  
x. Pengetahuan tentang kemampuan ketahanan perusahaan.  
y. Pengetahuan tentang kemampuan pertumbuhan perusahaan.  
z. Pengetahuan tentang kemampuan keberlanjutan perusahaan.

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



perusahaan secara keseluruhan dalam hal kualitas layanan, harga kompetitif, efektivitas pemasaran dan tingkat kebahagiaan konsumen. Dengan memeriksa produk dan layanan yang

tersedia di pasar dan para pesaing bisnis kita, kita dapat merumuskan strategi untuk mempromosikan penawaran baru. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis, Lespresso

*Coffee* memiliki beberapa pesaing yang berpotensi bisa menjadi ancaman bagi bisnis Lespresso

*Coffee*. Penulis memilih kompetitor berdasarkan lokasi dari berdirinya Lespresso *Coffee*. Berikut merupakan pesaing dari bisnis Lespresso *Coffee*.

#### a. Profil Pesaing I

- 1) Nama perusahaan : Vulpix Coffee
- 2) Lokasi : Jl. Muara Karang Raya No.131, RT.11/RW.3, Utara, Pluit, Penjaringan, North Jakarta City, Jakarta 14450
- 3) Keunggulan : Pilihan jenis kopi banyak, tersedia segala jenis makanan
- 4) Kelemahan : Tempat kecil, tidak banyak orang tahu karena tempat di lantai 2 dan bergabung dengan toko lain, harga relative mahal

#### b. Profil Pesaing II

- 1) Nama perusahaan : Namba Coffee
- 2) Lokasi : Jl. Pluit Karang Jelita No.1, RT.11/RW.12, Pluit, Kec. Penjaringan, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14450
- 3) Keunggulan : Harga relatif murah



- 4) Kelemahan : Pilihan menu terbatas, tidak menyediakan makanan, tempat lumayan kecil

**Tabel 3.1**

**Analisis Pesaing Lespresso Coffee**

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Vulpix Coffee	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tempat lumayan besar</li> <li>Pilihan menu banyak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tempat terpencil</li> <li>Harga Relatif mahal</li> </ul>
Namba Coffee	<ul style="list-style-type: none"> <li>Harga Relatif Murah</li> <li>Pelayanan baik, dan ramah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak tersedia makanan</li> <li>Pilihan menu terbatas</li> <li>Tempat kecil</li> </ul>

Data diolah oleh Lespresso Coffee, 2023

**Analisis PESTLE**

Analisis PESTEL adalah kerangka kerja strategis yang biasa digunakan untuk mengevaluasi lingkungan bisnis tempat perusahaan beroperasi. Secara tradisional, kerangka tersebut disebut sebagai analisis PESTEL yang merupakan singkatan dari Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi; dalam sejarah yang lebih baru, kerangka kerja diperluas untuk memasukkan faktor Lingkungan dan Hukum juga. Kerangka kerja ini digunakan oleh tim dan dewan manajemen dalam proses perencanaan strategis dan perencanaan manajemen risiko perusahaan. Analisis PESTEL juga merupakan alat yang sangat populer di kalangan konsultan manajemen untuk membantu klien mereka mengembangkan inisiatif produk dan pasar yang inovatif, serta dalam komunitas analisis

© 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.



keuangan, di mana faktor dapat memengaruhi asumsi model dan keputusan pembiayaan.

Pengusaha sering beralih ke alat analisis bisnis untuk membantu mereka membuat keputusan yang sesuai untuk perusahaan mereka. Sebelum usaha bisnis apa pun, pemilik bisnis sering tetap ragu mengenai hasilnya dan bagaimana hal itu akan diterima.

#### a. Politik

Faktor politik meliputi kebijakan pajak, peraturan lingkungan, pembatasan dan reformasi perdagangan, tarif, dan juga stabilitas politik. Faktor-faktor ini menentukan sejauh mana pemerintah dapat mempengaruhi suatu industri atau perusahaan.

Ada beberapa faktor politik yang dapat mempengaruhi bisnis Lespresso Coffee di masa yang akan datang yaitu :

- 1) Efek positif pada politik dan masyarakat Indonesia dari adanya COVID-19 adalah para pekerja dapat melakukan pekerjaannya dari rumah atau kafe atau coffee shop. Peningkatan daya beli konsumen adalah salah satu cara yang dapat menguntungkan bisnis *Lespresso Coffee*. Sebagai akibat dari meluasnya kegagalan perusahaan yang disebabkan oleh pandemic hal itu juga menimbulkan dampak yang tidak menguntungkan terutama penurunan daya beli konsumen tetapi dengan begitu ada peluang lebih untuk bisnis ini lebih berjalan karena adanya “*work from home*” atau sekarang juga bisa disebut “*work from café (wfc)*”.
- 2) Kebijakan pemerintah yang tidak konsisten di tingkat regional, nasional, kontinental, dan internasional. Mempertahankan kerangka hukum untuk operasi sangatlah penting. *Lespresso Coffee* beroperasi secara offline (walk-in) dan online tetapi ukurannya masih cukup sederhana sehingga hal ini belum berdampak nyata pada perusahaan.



- 3) Kebijakan pajak dan pengeluaran di berbagai negara yang mungkin berdampak pada biaya alat dan bahan baku Lespresso Coffee.

**C**

**b. Ekonomi**

Faktor ekonomi meliputi pertumbuhan atau penurunan ekonomi, bunga, nilai tukar, inflasi dan tingkat upah, upah minimum, jam kerja, pengangguran (lokal dan nasional), ketersediaan kredit, dan biaya hidup. Faktor-faktor ini merupakan penentu kinerja perekonomian yang secara langsung berdampak pada perusahaan dan juga efek jangka panjang yang signifikan.

Ada beberapa faktor ekonomi yang dapat mempengaruhi Lespresso Coffee berdasarkan situasi Indonesia saat ini yaitu :

- 1) Faktor ekonomi mikro dan makro di Indonesia
- 2) Tingkat inflasi dan pendapatan yang ada di Indonesia
- 3) Suku bunga yang ada di Indonesia
- 4) Kebijakan ekonomi Indonesia yang sering berubah-ubah sehingga bisa menjadi penghambat berjalannya bisnis Lespresso Coffee
- 5) Adanya spekulasi “resesi” sehingga bisa menurunkan daya beli pelanggan

Dari beberapa faktor diatas ini dapat mempengaruhi kelangsungan bisnis Lespresso Coffee mulai dari jangka pendek hingga panjang. Tetapi dengan begitu Lespresso Coffee masih berpeluang bisa berkembang karena adanya kebutuhan dari rata – rata masyarakat di Indonesia.

**c. Sosial**



Faktor sosial meliputi norma dan harapan budaya, kesadaran sosial, tingkat pertumbuhan penduduk, distribusi usia, sikap, karir dan gaya hidup. Perusahaan dapat meningkatkan analitik dan strategi pemasaran mereka dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini. Konteks sosial dari pangsa pasar adalah penekanan dari elemen sosial. Persyaratan pelanggan di lingkungan sosial sekitar akan lebih dipahami oleh pemilik bisnis yang mengkaji hal ini. Pertimbangan seperti ini dapat dipengaruhi oleh berbagai variabel, seperti struktur populasi, iklim ekonomi, kemajuan teknologi, pergeseran budaya, preferensi individu, dan banyak lagi. Indonesia memiliki budaya minum kopi yang didapatkan dari sejak jaman Belanda menjajah Indonesia. Dengan adanya budaya minum kopi ini, rata – rata masyarakat Indonesia setiap harinya membeli kopi sehingga dengan bisnis coffee shop bisa menjadi peluang yang baik dan juga Lespresso Coffee berpeluang bisa berkembang untuk kedepannya.

#### d. Teknologi

Faktor teknologi berarti inovasi dan perkembangan teknologi. Faktor-faktor ini memengaruhi operasi organisasi. Beberapa perkembangan baru seperti Kecerdasan Buatan, IoT, Pembelajaran Mesin, Pembelajaran Dalam sedang dibuat di bidang teknologi dan jika sebuah bisnis gagal menyesuaikan tren maka bisnis akan dapat kehilangan posisinya di pasar. Beberapa faktor teknologi yang termasuk dalam analisis PESTLE meliputi tingkat perubahan teknologi, evolusi infrastruktur, dan penelitian pemerintah atau kelembagaan.

Setiap hari pasti teknologi akan semakin berkembang bahkan melebihi kecerdasan manusia dan dengan faktor teknologi ini maka Lespresso Coffee akan memakai teknologi seperti metode pembayaran menggunakan *e-wallet* dan juga untuk penjualan online bisnis Lespresso Coffee akan menggunakan Go-Food, GrabFood dan ShopeeFood. Dengan adanya teknologi ojek online maka semakin memudahkan Lespresso Coffee untuk menjangkau target pasar baru

Hak Cipta Milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya 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.





dan membuat Lespresso Coffee dapat terus dikenal oleh masyarakat Indonesia dan juga bisa terus berkembang.

#### e. Environment (Lingkungan)

Faktor-faktor ini terutama berkaitan dengan pengaruh lingkungan sekitar dan pengaruh aspek ekologi. Ini termasuk undang-undang pembuangan limbah, undang-undang perlindungan lingkungan, peraturan konsumsi energi. Aspek PESTLE ini sangat penting untuk industri tertentu khususnya pariwisata, pertanian, pertanian, dll. Namun, pemanasan global dan meningkatnya kebutuhan untuk beralih ke sumber daya yang berkelanjutan; sumber etis (baik lokal maupun nasional, termasuk intelijen rantai pasokan) telah memaksa setiap organisasi untuk mempertimbangkan faktor lingkungan. Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi kewajiban bagi organisasi.

Lingkungan dalam pembukaan lokasi Lespresso Coffee ini merupakan salah satu pusat kuliner dan pusat keramaian khususnya di hari sabtu dan minggu. Lespresso Coffee sendiri juga akan menjaga lingkungan sekitar sehingga dengan adanya Lespresso Coffee ini tidak akan merugikan lingkungan sekitar. Lespresso Coffee juga akan membuat pupuk menggunakan ampas kopi yang telah dipakai sehingga bisa dipakai untuk tanaman sekitar.

#### f. Legal

Faktor hukum meliputi perubahan undang-undang yang berdampak pada pekerjaan, akses ke bahan, kuota, sumber daya, impor/ekspor, dan perpajakan. Faktor-faktor ini memiliki sisi eksternal dan internal. Terlepas dari undang-undang/aturan ini, perusahaan memiliki seperangkat aturan dan peraturan mereka sendiri yang diharapkan dipatuhi oleh karyawan.





Model analisis bisnis yang dikenal sebagai *Porter's Five Forces* memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang berkontribusi pada berbagai tingkat profitabilitas di berbagai sektor.

Struktur industri dan strategi bisnis perusahaan sering diperiksa dengan menggunakan pendekatan Lima Kekuatan. Dengan beberapa pengecualian, lima kekuatan Porter bertanggung jawab atas setidaknya beberapa variasi dalam pasar dan industri global. Daya saing, daya pikat, dan profitabilitas suatu industri semuanya dapat dievaluasi menggunakan model Lima Kekuatan dari Porter (Porter, 2018:30).

**Gambar 3.1**

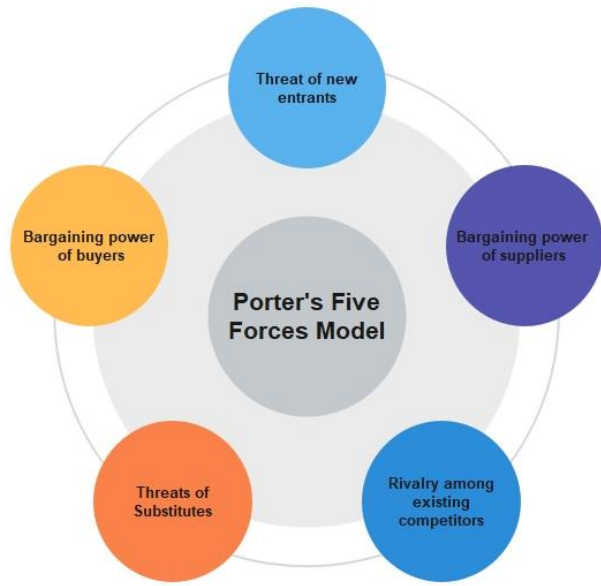
***Porter's Five Forces Model***

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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.



Sumber : Priharto, n.d

© 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.

a. Persaingan di Industri

Kuantitas dan kualitas pesaing perusahaan adalah faktor pertama dalam Analisis Lima Kekuatan. Ketika ada lebih banyak perusahaan yang menjual barang dan jasa serupa, perusahaan tersebut memiliki pengaruh yang lebih kecil di pasar. Jika pesaing perusahaan menawarkan penawaran yang lebih baik atau biaya yang lebih murah, pemasok dan pelanggan akan mencari mereka. Namun, jika persaingan minimal maka bisnis dapat menaikkan harga dan menegosiasikan kondisi yang lebih menguntungkan untuk meningkatkan pendapatan dan laba. Lespresso *Coffee* sendiri akan menghadirkan kopi dengan harga yang terjangkau dan juga memberikan suasana yang nyaman seperti rumah untuk para pelanggan sehingga ini bisa menjadi nilai lebih untuk Lespresso *Coffee*. Lespresso *Coffee* juga menggunakan “*feels like*



home” yang dimana membuat para pelanggan bisa menyesuaikan kebutuhannya seperti butuh untuk meeting maka di Lespresso *Coffee* menyediakan tempat khusus untuk meeting yang diberikan sekat agar tidak terdengar dari luar dan tidak masuk suara bising dari luar. Lespresso *Coffee* juga menyediakan tempat untuk orang yang ingin bermain *board game* atau Computer atau *playstation* di lantai paling atas sehingga suara bising dari atas tidak mengganggu ruangan yang bawah. Lespresso *Coffee* ini juga menggabungkan konsep “*Gaming Coffee shop*” yang dimana konsep ini belum banyak di temui di Indonesia. Ini yang menjadi pembeda Lespresso *Coffee* dengan *coffeeshop* lainnya.

#### b. Prospek Bisnis Baru dalam Suatu Industri

Kekuatan pendatang baru ke pasar juga dapat berdampak pada pengaruh bisnis. Bisnis yang sudah mapan mungkin akan sangat dirugikan jika pendatang baru di pasar dapat berhasil bersaing dengan mereka. Tetapi jika *brand positioning* suatu bisnis itu kuat pastinya bisnis tersebut akan tetap berjalan walaupun ada pendatang baru. Lespresso *Coffee* memiliki keunikan yaitu konsep “*gaming coffeeshop*” yang dimana konsep ini masih belum banyak ditemukan di banyak tempat dan Lespresso *Coffee* juga akan membangun *brand positioning* yang kuat agar banyak masyarakat semakin mengenal Lespresso *Coffee*.

#### c. Pengaruh Pemasok

Seberapa cepat pemasok menaikkan harga input adalah pertimbangan selanjutnya dalam model Porter. Hal ini dipengaruhi oleh ketersediaan pemasok alternatif, kelangkaan komponen utama produk, dan biaya yang terkait dengan pergantian penyedia. Ketergantungan perusahaan pada pemasok tumbuh ketika jumlah vendor potensial di pasar tertentu menyusut. Akibatnya, pemasok berada dalam posisi yang lebih kuat untuk meningkatkan biaya input dan



menegosiasikan keuntungan komersial tambahan. Sebaliknya, sebuah perusahaan dapat menekan biaya input dan meningkatkan laba ketika ada banyak pemasok atau biaya peralihan yang rendah di antara pemasok pesaing. Lespresso *Coffee* akan mencari 2-3 supplier yang memiliki rasa sama sehingga ketika bahan baku di supplier 1 habis atau harga meningkat maka masih memiliki supplier cadangan.

#### d. Kekuatan Konsumen

Salah satu dari Lima Kekuatan adalah kemampuan konsumen untuk memotong harga atau meningkatkan pengaruh mereka. Itu tergantung pada sejumlah faktor, termasuk basis klien perusahaan saat ini, pentingnya setiap pelanggan, dan biaya perluasan ke area baru. Ketika sebuah bisnis memiliki basis klien yang lebih kecil tetapi lebih berpengaruh, setiap pelanggan individu memiliki pengaruh yang lebih besar untuk menegosiasikan pengurangan harga dan ketentuan yang lebih baik. Potensi organisasi untuk mendapatkan keuntungan dengan membebaskan harga yang lebih tinggi ke kliennya yang banyak, terpisah, dan lebih kecil ditingkatkan. Bisnis dapat meningkatkan pendapatan mereka dengan menggunakan model *Five Forces*, tetapi hanya jika mereka mengawasi perubahan di pasar dan menyesuaikan pendekatan mereka. Lespresso *Coffee* akan memberikan rasa, kualitas dan pelayanan yang membuat konsumen ingin balik ke Lespresso *Coffee* lagi. Lespresso *Coffee* juga akan memberikan keuntungan untuk para pelanggan yang menjadi pelanggan Lespresso *Coffee* seperti member dan promosi. Lespresso *Coffee* juga akan melatih para staff untuk selalu ramah dan interaktif dengan para pelanggan sehingga konsep “*feel like home*” terasa disini.

#### e. Ancaman Pengganti

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.



Pesaing mewakili risiko ketika mereka memberikan alternatif untuk produk dan layanan bisnis. Kemampuan untuk menaikkan harga dan mengunci kondisi yang menguntungkan akan didukung oleh bisnis yang menyediakan barang atau jasa yang tidak memiliki pengganti yang sebanding. Ketika ada alternatif yang sebanding dengan produk perusahaan di pasar, konsumen mungkin memilih untuk tidak membelinya, sehingga melemahkan posisi bisnis. Kopi merupakan salah satu minuman yang sering diminum oleh orang di Indonesia. Kopi sendiri juga merupakan minuman yang rata-rata orang Indonesia suka dan sudah menjadi kebiasaan sehingga untuk adanya produk pengganti menurut penulis belum tentu bisa menggantikan kopi kecuali ada inovasi baru yang bisa mengalahkan kopi. Untuk saat ini produk pengganti kopi seperti minuman thai tea, boba dan lainnya masih belum bisa mengalahkan kopi.

### **E. Analisis Faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix (CPM)*)**

Competitive Profile Matrix (CPM) adalah alat yang membandingkan suatu usaha atau bisnis dan para pesaingnya dan mengungkapkan kekuatan dan kelemahan relatif mereka. Untuk lebih memahami lingkungan eksternal dan persaingan dalam industri tertentu, suatu usaha atau bisnis sering menggunakan CPM. CPM mengidentifikasi pesaing utama bisnis tersebut dan membandingkannya dengan menggunakan faktor penentu keberhasilan industri. Analisis juga mengungkapkan kekuatan dan kelemahan relatif bisnis terhadap para pesaingnya. Akibatnya, bisnis dapat dengan mudah mengidentifikasi area yang harus diperbaiki dan area yang harus dilindungi. Untuk hasil akhir dari CPM itu sendiri akan berbentuk tabel. Dalam pembuatan tabel CPM itu sendiri ada beberapa faktor yaitu :

#### *a. Critical Success Factor (CSF)*



*Critical success factor (CSF)* adalah bidang utama yang menentukan kesuksesan bisnis di industri. Untuk berhasil dalam industrinya, bisnis tersebut harus bekerja pada tingkat keunggulan tertinggi. Faktor-faktor ini bervariasi di antara industri atau bahkan kelompok strategis. CSF harus mencakup faktor internal dan eksternal untuk analisis. Oleh karena itu, jika pemilik bisnis menginginkan analisis yang lebih kuat dan akurat, sertakan lebih banyak faktor yang relevan. Bidang utama yang harus dilakukan pada tingkat keunggulan tertinggi jika organisasi ingin berhasil dalam industri tertentu. Mereka bervariasi antara industri yang berbeda atau bahkan kelompok strategis dan mencakup faktor internal dan eksternal.

### b. *Weight*

Bobot menunjukkan pentingnya faktor tersebut dalam keberhasilan perusahaan. Jika kita tidak menetapkan bobot, maka semua faktor akan sama pentingnya. Jumlah semua bobot harus sama dengan 1,0. Kita tidak boleh terlalu menekankan faktor terpisah dengan memberi bobot 0,3 atau lebih. Ini karena kesuksesan perusahaan jarang ditentukan oleh satu atau beberapa faktor saja.

### c. *Rating*

Peringkat CPM menunjukkan seberapa baik kinerja bisnis di setiap kategori. Mereka beralih dari angka 4 (kekuatan besar) menjadi 1 (kelemahan besar), dengan angka 4 menunjukkan titik kuat dan angka 3 (kekuatan kecil), angka 2 (kelemahan kecil), dan angka 1 (kelemahan besar). Peringkat dan bobot ditetapkan secara subyektif untuk setiap bisnis, namun perbandingan membantu menyederhanakan prosesnya. Hasil studi perbandingan menunjukkan bagaimana kinerja perusahaan dalam hubungannya dengan rekan-rekannya dan

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 IBKKG.

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

Hasil dari penelitian ini akan digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.



industri secara keseluruhan. Namun perlu diingat bahwa untuk aspek yang sama, bisnis mungkin diberi peringkat yang identik.

d. *Score*

Skor tersebut merupakan hasil bobot dikalikan dengan rating. Setiap perusahaan menerima skor pada setiap faktor. Skor total hanyalah jumlah dari semua skor individu untuk perusahaan. Perusahaan yang menerima skor total tertinggi relatif lebih kuat daripada para pesaingnya.

e. *Total Weighted Score*

*Total Weight Score* merupakan hasil jumlah dari skor bobot yang merupakan hasil perkalian dari *weight* dan *rating*. Rata – rata dari hasil skor bobot berjumlah 2,5. Jika nilai skor menunjukkan angka dibawah 2,5 maka bisnis tersebut memiliki posisi persaingan yang lemah sehingga membuat bisnis tersebut terancam tidak berkembang. Jika nilai skor menunjukkan angka diatas 2,5 berarti bisnis tersebut memiliki posisi persaingan yang kuat sehingga bisa menjadi ancaman untuk bisnis serupa.



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. 1

**Competitive Profile Matrix Lespresso Coffee**

Faktor	Weight	Lespresso Coffee		Vulpix Coffee		Namba Coffee	
		Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot
Keberhasilan Penting							
Harga	0,25	2	0,50	2	0,50	4	1,0
Merk	0,10	2	0,20	3	0,30	4	0,40
Suasana	0,25	4	1,0	3	0,75	2	0,50
Rasa dan Kualitas	0,20	3	0,60	1	0,20	3	0,60
Pelayanan	0,20	4	0,80	3	0,60	2	0,40
Total	1		3,10		2,95		2,90

Data diolah oleh Lespresso Coffee, 2023

**F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)**

Bisnis dapat memperoleh manfaat besar dari penggunaan matriks SWOT, yang merupakan alat analisis yang kuat. Ini dapat membantu bisnis dalam memahami sumber daya mereka dengan lebih baik dan mengembangkan strategi untuk menghadapi ancaman apa pun. Jika kita tahu cara memanfaatkan matriks SWOT dengan baik, kita dapat membantu bisnis kita memanfaatkan peluang dan menjaga kekuatannya.

Matriks SWOT, juga dikenal sebagai analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi keuntungan, kerugian, peluang, dan ancaman dari suatu perusahaan, usaha, atau usaha tertentu. Metode ini memberikan kerangka kerja bagi para manajer untuk mempertimbangkan dampak potensial elemen internal dan eksternal terhadap keberhasilan atau kelangkaan inisiatif baru. Ketika dipasangkan dengan teknik manajemen lainnya, seperti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.



analisis PESTEL, analisis SWOT dapat membantu perusahaan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan mencapai tujuan strategis mereka.

Dalam konteks ini analisis SWOT mengacu pada 4 komponen analisis situasi yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Berikut 4 komponen Analisis SWOT :

a. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan adalah karakteristik yang memberikan seseorang, organisasi, atau bisnis keunggulan kompetitif. Dalam kekuatan ini kita melihat apa yang memungkinkan bisnis untuk berhasil. Aset tidak berwujud termasuk laporan keuangan yang solid, bangunan, peralatan, personel, dan pasar semuanya dianggap sebagai kekuatan. Loyalitas klien yang kuat, tenaga kerja yang terampil, hak paten, dan nama yang bereputasi adalah contoh kekuatan yang tidak berwujud.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kapasitas suatu organisasi untuk mencapai tujuannya terhambat oleh kelemahan-kelemahannya. Masalah seperti ini mungkin berasal dari hal-hal seperti kekurangan modal, kurangnya kapasitas manufaktur, staf yang tidak tertarik, dan kurangnya pangsa pasar. Sebuah bisnis dapat mengidentifikasi kelemahannya dan mengubahnya menjadi kekuatan dengan menggunakan analisis SWOT.

c. Peluang (*Oppurtunities*)

Peluang adalah elemen yang belum dimanfaatkan yang mungkin bermanfaat bagi bisnis, inisiatif, atau orang. Pengalaman, teknologi mutakhir, pasar yang belum dimanfaatkan, atau

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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



bahkan pesaing yang lebih lemah semuanya dapat memberikan peluang. Bisnis dapat memanfaatkan kekuatannya untuk keuntungannya dengan mengidentifikasi peluang.

d. Ancaman

Ancaman adalah hal-hal yang dapat terjadi pada seseorang atau bisnis yang berada di luar kendali mereka dan mungkin berdampak negatif pada mereka. Ancaman, terkadang disebut sebagai risiko, adalah elemen eksternal yang dapat diidentifikasi melalui analisis SWOT sehingga tindakan korektif dapat dilakukan. Efek ancaman dapat dikurangi atau bahkan diabaikan.

Untuk perencanaan strategis, matriks SWOT sangat penting karena menilai aspek bisnis yang paling penting. Membuat matriks SWOT memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi kekuatannya dan mengidentifikasi kelemahannya. Ini berguna untuk mengukur kemampuan menuju tujuan, memilih antara peluang bisnis yang bersaing, dan mengidentifikasi pengaruh eksternal yang mungkin mengubah lintasan organisasi. Berikut analisis SWOT dari Lespresso *Coffee* :

a. Kekuatan (*Strength*)

- 1) Pelayanan sangat ramah dan sangat membantu customer
- 2) Tempat luas dan suasana juga nyaman
- 3) Rasa dan kualitas kopi terbaik

b. Weakness (*Kelemahan*)

- 1) Citra merek masih belum kenal sehingga orang masih belum tahu tentang Lespresso *Coffee*
- 2) Harga yang relatif tinggi sehingga membuat orang akan lebih memilih harga yang murah

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.



c. Opportunity (Peluang)

1) Masyarakat tidak akan bosan dengan menu kopi dan sudah menjadi budaya untuk minum

kopi

2) Teknologi yang terus berkembang dan semakin canggih

3) Kegiatan promosi bisa dilakukan hanya dengan sosial media

4) Masyarakat Indonesia memiliki gaya hidup konsumtif

d. Threats (Ancaman)

1) Persaingan sangat ketat dan sangat banyak ditemukan *coffeeshop* di Indonesia khususnya

Jakarta

2) Harga bahan – bahan yang tiba tiba naik sehingga berpengaruh pada biaya produksi dan

penjualan

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 IBKKG.

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



**Tabel 3. 2**  
**SWOT Analysis**

Internal	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
	<p>1. Pelayanan sangat ramah dan sangat membantu customer</p> <p>2. Tempat luas dan suasana juga nyaman</p> <p>3. Rasa dan kualitas kopi terbaik</p>	<p>1. Citra merek masih baru dan belum terkenal.</p> <p>2. Harga relatif tinggi</p>
Eksternal	Strategi SO	Strategi WO
	<p>1. Masyarakat tidak akan bosan dengan menu kopi dan sudah menjadi budaya untuk minum kopi</p> <p>2. Teknologi yang terus berkembang dan semakin canggih</p> <p>3. Kegiatan promosi bisa dilakukan hanya dengan social media</p> <p>4. Masyarakat Indonesia memiliki gaya hidup konsumtif</p>	<p>1. Memanfaatkan teknologi dan media sosial secara optimal dalam proses promosi / pemasaran (W1, O1, O4).</p> <p>2. Melakukan kerja sama dengan aplikasi online (W2, O2, O3).</p>
Threats	Strategi ST	Strategi WT
	<p>1. Kompetitor sudah sangat banyak dan tidak berhenti bertambah</p> <p>2. Memudahkan pesaing untuk meniru konsep unik dari Lespresso Coffee</p>	<p>1. Meningkatkan kegiatan promosi (W1, T1).</p> <p>2. Mempertahankan cita rasa minuman yang khas (W1, T2)</p>

Data Diolah oleh Lespresso Coffee, 2023

©

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang. Penyalinan sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan penyalinan dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan penyalinan dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian