



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

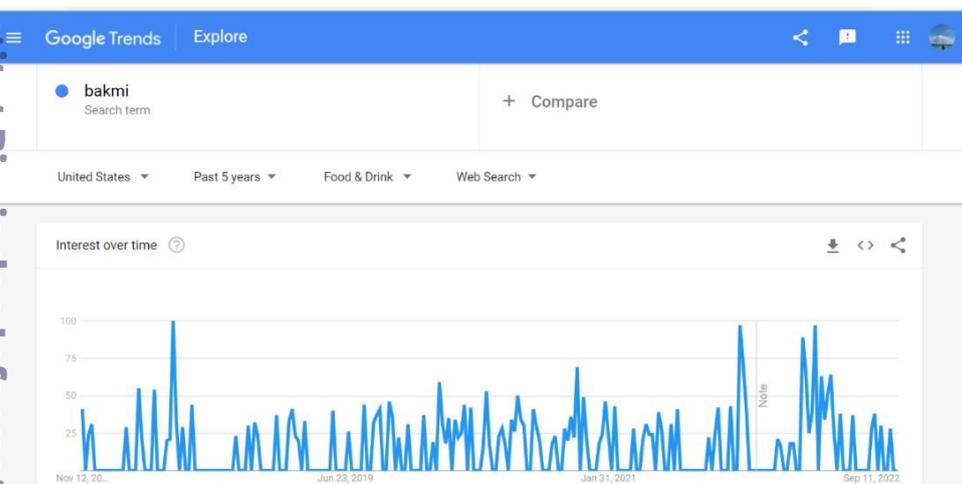
Untuk membangun dan mengembangkan sebuah bisnis maka perlu untuk melakukan rencana strategis yang di dalamnya terdapat keunggulan kompetitif dan komparatif. Sangat penting bagi kita untuk memahami industri dimana tempat usaha/bisnis yang akan kita dirikan.

Dalam analisis industri mencakup banyak hal seperti pemetaan pesaing, produk substitusi, pendatang baru, pemasok dan mitra yang bekerja sama, serta pelanggan. Analisis industri dan pesaing dapat kita analisis dengan berbagai cara yaitu *Porter Five Force Model*, *A' Akers Key Success Factor*, *Competitor Ranking*, *Benchmarking*, *The Industry Lifecycle*, dan *Porter Generic Strategies* (Aniesa Samira Bafadhal, SAB., MAB. 2022.)

Oleh karena itu sebelum mendirikan sebuah bisnis, seorang pengusaha atau pebisnis harus terlebih dahulu melakukan Analisis industri untuk mengetahui lingkungan sekitar industri agar nantinya bisa mengatasi apa saja resiko buruk yang akan menimpa perusahaan.

A. Trend Petumbuhan Industri

Gambar 3.1
Tren Bakmie



Sumber: <https://trends.google.co.id>

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini tanpa mengcantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipannya 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.



Pada gambar 3.1 menunjukkan bahwa tren bakmi dalam bidang bisnis dan industri mengalami peningkatan yang cukup baik. Terlihat bahwa di tahun 2020-2021 sempat mengalami penurunan yang dikarenakan adanya pandemi COVID-19 bahkan mencapai penurunan omzet sebesar 80% (*finance detik.com*, 2021). Namun di 2022 ketika *pandemic* sudah ber-angsur membaik sehingga trend bakmi mengalami peningkatan dan hal ini membuktikan bahwa masih banyak orang yang tertarik dengan bakmi dan mencintai dunia kuliner. (*sehatnegeriku.kemkes.go.id*, 2022)

B. Analisis Pesaing

Analisis pesaing merupakan suatu kegiatan yang biasanya dilakukan oleh pebisnis secara berkala dan kegiatan ini harus menggunakan koordinasi dalam melakukan pencarian informasi terhadap pesaing yang ada dalam bisnis industri. Bahkan melakukan analisis pesaing bukan jaminan 100% bahwa usaha atau bisnis dapat terus mengalami peningkatan yang positif.

Oleh karena itu, analisis pesaing merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh pengusaha sebelum akhirnya memutuskan untuk merealisasikan ide bisnis nya menjadi sebuah usaha. Analisis pesaing bisa dilakukan dengan cara memantau perusahaan pesaing tersebut, mulai dari produk yang dihasilkan, harga yang ditawarkan pada pasaran, sampai ke peningkatan mutu sebuah produk.

Setelah melakukan pemantauan terhadap perusahaan pesaing, maka diharapkan sebuah perusahaan bisa mengetahui kelebihan dan kekurangan pesaing yang nantinya bisa digunakan untuk evaluasi perusahaan yang kita dirikan maupun mencari solusi dari risiko yang akan terjadi terhadap perusahaan (*Nur Inayah, et al, 2021*).

Dari informasi diatas maka usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 melakukan analisis pesaing dengan cara melakukan beberapa observasi ke beberapa kuliner

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.



sejenis. Hasil dari observasi tersebut meliputi bentuk usaha, jenis usaha, tempat usaha, kualitas, harga. Berikut dibawah ini merupakan hasil observasi pesaing usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17:

Tabel 3.1
Perbandingan Pesaing

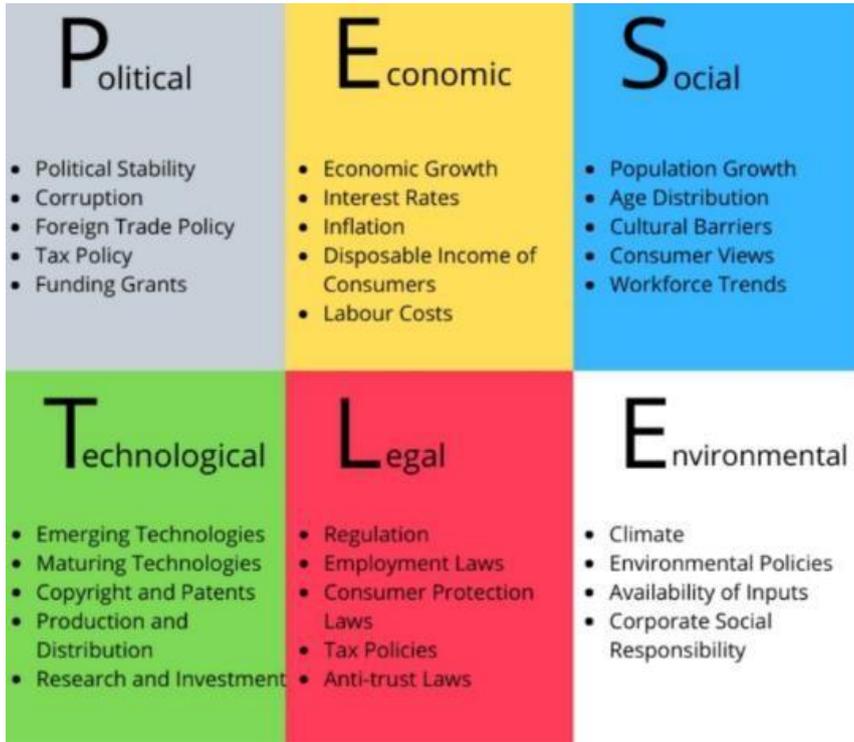
Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Rumah Bakmi Karet Foer	<ul style="list-style-type: none"> - Sudah berdiri lama dan mendapat kepercayaan masyarakat - Rasa enak - Letak Strategis 	<ul style="list-style-type: none"> - Tempat kurang luas sehingga harus antri - Lahan parkir kurang - Pelayanan terkadang lama dan kurang ramah
Pangsit Mie dan Lemper Ayam Spesial 168	<ul style="list-style-type: none"> - Letak strategis - Pelayanan Ramah 	<ul style="list-style-type: none"> - Lahan parkir sempit - Bahan baku terkadang tidak fresh - Terkadang kurang lengkap dalam memberikan pesanan kepada pelanggan yang memesan via online

Sumber: Bakmi Ayam Kung Kung 17, 2022

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

Analisi PESTEL merupakan akronim sebuah proses yang bertujuan untuk mengetahui atau menganalisis eksternal makro yang nantinya dapat mempengaruhi sebuah perusahaan. Elemen dalam analisis PESTEL meliputi *Political, Economy, Social, Technology, Environment, Legal* sebuah organisasi dan perusahaan (Prof. Dr. H. Suwatno, M.Si. 2022).

Gambar 3.2
PESTEL



Sumber: <https://assignmentstudio.net/pastel-analysis-assignment/>.

© 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.



1. Political

Dalam pendirian usaha di Indonesia pastinya tidak lepas dari kebijakan politik yang ditetapkan pemerintah. Sejak 15 Oktober, Presiden Jokowi menjelaskan bahwa dalam paket ekonomi jilid IV menjelaskan bahwa bagi pengusaha yang ingin mendirikan usaha kecil dan menengah diijinkan memperoleh Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan mudah dan bunga yang diberikan turun dari 22% menjadi 12% per tahunnya dan hal tersebut menjadi keuntungan bagi usaha kecil seperti Bakmi Ayam Kung Kung 17 (Badan Pusat Statistik).

2. Economy

Faktor ekonomi tentunya sangat mempengaruhi lingkungan bisnis sebuah perusahaan. Tingkat produk domestik bruto di daerah Jakarta mengalami kenaikan yang dilihat dari sisi lapangan usaha informasi dan komunikasi sebesar 9,95% dan dari sisi pengeluaran pertumbuhan tertinggi dicapai oleh komponen pengeluaran kebutuhan rumah tangga sebesar 5,02%. Hal ini tentunya merupakan pertumbuhan yang baik dan menjadi kesempatan untuk usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 untuk penetapan harga produk (*finance detik.com*).

3. Social

Sebuah organisasi atau perusahaan merupakan bagian dari sistem sosial yang ada di masyarakat. Oleh karena itu, sebuah perusahaan tidak bisa lepas dari pengaruh sosial budaya masyarakat. Faktor sosial memiliki beberapa aspek yang dapat mempengaruhi perusahaan seperti sikap, nilai, opini, dan gaya hidup masyarakat. Sedangkan dalam lingkungan eksternal perusahaan aspek yang dapat mempengaruhi perusahaan meliputi kondisi budaya, ekologi, demografi, agama, dan Pendidikan.

© 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.



Jika terjadi perubahan sikap sosial, maka permintaan yang masuk dari

masyarakat ke perusahaan juga ikut berubah (Nikous Soter Sihombing, 2022).

Maka dari itu, usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 selalu berusaha untuk mengikuti perubahan sosial yang ada di masyarakat seperti membuat ide baru untuk menciptakan produk baru agar masyarakat daerah Kelapa Gading datang kembali ke usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 untuk mencoba menu baru tersebut.

4. *Technology*

Pengetahuan dan ilmu yang ada di lingkungan manusia selalu bertumbuh dan berkembang setiap waktu. Tentunya hal ini mempengaruhi perkembangan teknologi secara pesat. Penemuan terhadap teknologi yang baru bertambah secara cepat dari waktu ke waktu dan menyebabkan organisasi dan perusahaan terpengaruh. Secara luas dan umum, teknologi bisa di definisikan sebagai proses, metodologi, teknik yang menyatu dalam sebuah proses desain.

Dalam segi perusahaan maupun organisasi, teknologi bisa memudahkan dan menguntungkan bagi sebuah bisnis. Hal ini dikarenakan berbagai kegiatan bisa dilakukan dan mengakibatkan produktivitas meningkat. Tentunya citra perusahaan pun akan semakin baik dan di apresiasi oleh pelanggan karena mengikuti perkembangan zaman dan pertumbuhan teknologi (Nikous Soter Sihombing, 2022).

Oleh karena itu, usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 berusaha untuk mengikuti perkembangan teknologi dengan cara membuat akun sosial media seperti *Instagram* dan *Whatsapp* khusus untuk mengelola dan memposting produk dari usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17. Selain itu, alamat dari usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 sudah terhubung dengan *Google Maps* sehingga memudahkan pengunjung yang ingin datang dan mencoba Bakmin Ayam Kung Kung 17. Bakmi Ayam Kung Kung 17 juga terhubung ke aplikasi makakan *online* seperti *Grab food*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



dan Go food yang tentunya memudahkan pelanggan untuk memesan produk dari rumah.



5. *Environment* (Lingkungan)

Kebersihan dan kelestarian lingkungan menjadi dua hal penting yang harus diperhatikan oleh Bakmi Ayam Kung Kung 17. Selain itu, kebersihan alat makan dan produk dari usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 juga wajib senantiasa dijaga dan perhatikan agar dapat mengurangi limbah yang bisa mencemari lingkungan dan masyarakat sekitar. Kebersihan lingkungan usaha juga membuat pengunjung yang datang merasa lebih percaya akan produk yang kita hasilkan.

6. *Legal* (Hukum)

Seperti yang kita semua ketahui bahwa dalam UUD 1945 Pasal 1 ayat 3 berbunyi bahwa “Negara Indonesia adalah negara hukum”. Aspek hukum tentunya harus berlaku untuk seluruh masyarakat termasuk dalam bisnis, perusahaan, dan organisasi agar dapat membuat Batasan perilaku atau tindakan masyarakat.

Hukum dalam sebuah bisnis adalah perangkat yang mengatur tata cara pelaksanaan kegiatan yang berlangsung dalam sebuah bisnis atau perusahaan. Oleh karena itu, hukum pada sebuah bisnis tentunya memiliki fungsi yaitu sebagai sumber informasi yang berguna untuk praktisi bisnis dalam memahami apa saja hak dan kewajiban dalam sebuah bisnis atau perusahaan agar nantinya dapat terwujud perilaku dan watak yang baik, berkeadilan, sehat, dan dinamis dalam bidang bisnis (binus.ac.id.).

Usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 tentunya tidak lepas dari aspek legalitas yang dimana sudah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan tentang

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.



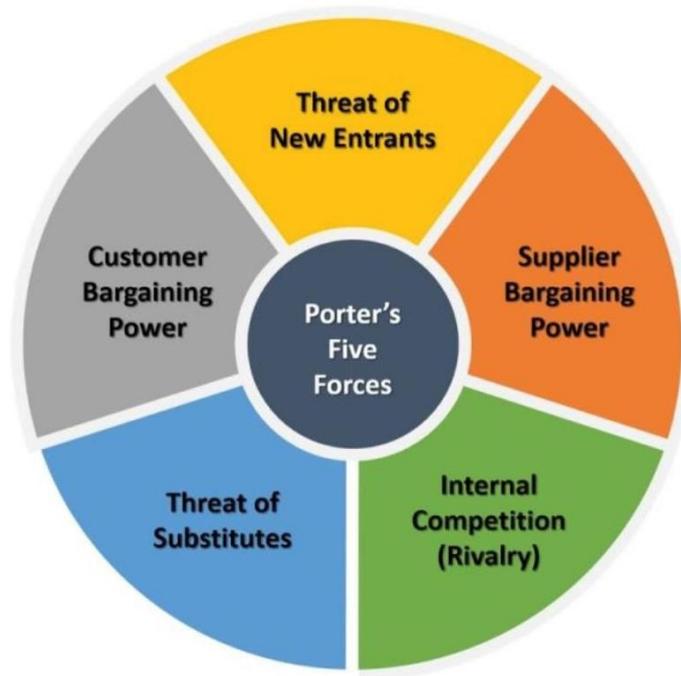
kewajiban pengusaha dalam membayar pajak dan izin usaha UMKM sesuai dengan

pasal Perpres No.98 tahun 2014.

D. Analisis Pesaing Lima Kekuatan Persaingan Modal Porter (*Porter Five Forces Business Model*)

Analisis pesaing lima kekuatan persaingan modal porter atau yang dikenal *porter five forces business model* merupakan model yang digunakan untuk menganalisa kekuatan kompetitif pada setiap industri bisnis untuk menentukan strategi perusahaan (Yendra, *et al*, 2022). Berikut dibawah ini adalah gambaran lima kekuatan persaingan model porter atau *porter five forces business model*.

**Gambar 3.3
Model Porter**



Sumber: Kledo.com

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



1. Ancaman Pendatang Baru

Kekuatan sebuah bisnis atau perusahaan dipengaruhi oleh pendatang baru di setiap industri bisnis. Namun untuk menembus pasar bisnis tentunya bukan hal yang mudah bagi pendatang baru. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa hambatan untuk pendatang baru dalam memasuki pasar seperti peraturan, biaya masuk, hak paten, kondisi ekonomi, kepercayaan masyarakat. Jika hambatan bagi pendatang baru cukup besar maka kekuatan pendatang baru akan lemah dan menguntungkan bagi perusahaan atau bisnis yang sudah berdiri (Yendra, *et al*, 2022).

Dalam hal ini, usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 tetap memiliki strategi untuk bertahan menghadapi pendatang baru. Bakmi Ayam Kung Kung 17 melakukan berbagai cara seperti melakukan promosi untuk menarik pelanggan dan membuat menu baru untuk menambah varian produk.

2. Daya Tawar Pemasok

Jika perusahaan hanya memiliki 1 pemasok untuk setiap bahan baku bisnisnya, maka akan menimbulkan ancaman yang signifikan terhadap suatu bisnis dikarenakan pemasok bisa menaikkan harga sesuai keinginan mereka tanpa mempertimbangkan bisnis kita karena kekuatan pemasok lebih besar dari bisnis kita (Yendra, *et al*, 2022). Oleh karena itu, usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 mempunyai beberap pemasok untuk bahan baku produk yang dijual agar mengurangi resiko ketergantungan terhadap pemasok.

3. Daya Tawar Pembeli

Pembeli merupakan posisi yang penting bagi setiap bisnis atau perusahaan dikarenakan hasil penjualan yang di dapat dari setiap bisnis berasal dari pembelian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



produk oleh pembeli. Sehingga sebagai pebisnis kita harus memperhatikan soal harga dan kualitas produk (Yendra, *et al*, 2022).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Bakmi Ayam Kung Kung 17 sangat memiliki perhatian terhadap 2 hal tersebut yaitu kualitas dan harga produk. Terlebih lagi target Bakmi Ayam Kung Kung 17 merupakan masyarakat menengah keatas sehingga soal harga dan kualitas harus selalu diperhatikan. Bakmi Ayam Kung Kung 17 harus membangun *brand image* dengan cara memberikan promosi agar pengunjung datang dan menjadi pelanggan. Setelah pelanggan puas terhadap kualitas dan harga maka pelanggan akan merekomendasikan kepada calon pembeli lain. Metode ini disebut dengan "*word of mouth*".

4 Ancaman produk pengganti

Persaingan produk yang terdapat dalam sebuah bisnis tidak terjadi hanya karena perusahaan lain menghasilkan produk yang sama sehingga menimbulkan persaingan. Namun dapat terjadi karena perusahaan lain bisa menghasilkan produk lain dengan fungsi yang sama dengan perusahaan atau bisnis yang kita jalankan (Yendra, *et al*, 2022)

Ancaman produk pengganti pada usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 terbilang cukup tinggi dikarenakan ada beberapa produk yang bisa menjadi substitusi bakmi ayam seperti kwetiau instan, mi instan, bihun instan, dan hal lainnya yang berkaitan dengan makanan instan. Maka dari itu Bakmi Ayam Kung Kung 17 melakukan upaya dengan cara meningkatkan pelayanan, penyajian, dan kualitas rasa, serta menambah varian produk.

5 Persaingan industri

Lingkungan bisnis pasti nya memiliki tingkat persaingan masing-masing. Setiap perusahaan tentunya akan berusaha semaksimal mungkin untuk bertahan di

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.



pasar dengan cara menciptakan inovasi baru terhadap produk yang dijual (Yendra, 2022).

Dalam industri usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 terbilang memiliki tingkat persaingan yang tinggi. Oleh karena itu usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 melakukan beberapa upaya seperti menciptakan produk baru tanpa mengganggu kualitas rasa yang sudah terbentuk, menggunakan kemasan yang bersih dan praktik agar mudah digunakan konsumen, melakukan promosi di *media social*, dan terus bekerja sama dengan aplikasi makanan *online*.

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

Competitive profile matrix (CPM) atau matrik profil persaingan adalah salah satu metode yang digunakan untuk membantu bisnis dan perusahaan dalam merancang strategis bisnis agar mampu bersaing di pasar dengan menggunakan faktor penentu keberhasilan. Faktor keberhasilan yang dapat digunakan meliputi kualitas rasa, harga, kecepatan pelayanan, lokasi, *brand image* (Dr. Emma Rachmawati, 2022). Perusahaan menganalisis cpm berdasarkan kelemahan dan kekuatan yang mereka miliki dan memberikan score dimulai dari angka 4 yang paling tertinggi disebut Merger Strength, angka 3 disebut Minor Strength, angka 2 disebut Merger Weakness, dan angka 1 disebut Minor Weakness. sehingga dibawah ini merupakan analisis usaha bakmi ayam kung kung 17 yang dapat dilihat pada tabel 3.2:

Tabel 3.2
Competitive Profile Matrix

Critical Success Factor	Weight	Bakmi Ayam Kung Kung 17		Rumah Bakmi Karet Foek		Pangsit Mie dan Lemper Ayam Spesial	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Rasa Produk	0,20	4	0,80	4	0,80	3	0,60
Harga Produk	0,14	3	0,42	4	0,56	3	0,42
Pelayanan	0,18	4	0,72	3	0,54	3	0,54
Kebersihan Tempat	0,17	3	0,51	3	0,51	3	0,51
Varian Produk	0,16	2	0,32	4	0,64	3	0,48
Lokasi	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Total	1		3,22		3,50		3,00

Sumber: Bakmi Ayam Kung Kung 17

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.



Berdasarkan hasil dari CPM pada table 3.2 dapat disimpulkan bahwa analisis CPM usaha Rumah Bakmi Karet Foek menempati posisi pertama, disusul oleh Bakmi Ayam Kung Kung 17 yang menempati posisi kedua, dan yang terakhir adalah Mie Pangsit dan Lemper Ayam Spesial yang menempati posisi terakhir. Bobot didapatkan berdasarkan hasil kuisioner dari 42 responden dengan rentang usia dari 15 tahun sampai dengan 43 tahun keatas. Berikut dibawah ini adalah penjelasan hasil analisis faktor-faktor CPM usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17.

1. Rasa Produk

Rasa produk menjadi faktor yang utama dari sebuah produk. Usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 memiliki *rating* 4 dikarenakan Bakmi Ayam Kung Kung 17 mengutamakan rasa yang dihasilkan dan selalu berusaha untuk menghasilkan rasa yang baik dan stabil agar dapat memuaskan hati para pelanggan. Untuk menghasilkan rasa yang baik dan stabil, tentunya pemilik usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 melakukan kontrol secara rutin agar rasa tetap terjaga. Hal ini dilakukan agar dapat meningkatkan kepercayaan, loyalitas pelanggan, dan *brand image*.

2. Harga Produk

Usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 memiliki harga yang terjangkau dikarenakan untuk menarik para pelanggan agar datang berkunjung dan makan di Bakmi Ayam Kung Kung 17. Bakmi Ayam Kung Kung 17 memiliki *rating* 3, hal ini dikarenakan Bakmi Ayam Kung Kung 17 dapat bersaing dengan 2 pesaing lainnya yakni Rumah Bakmi Karet Foek dan Mie Pangsit dan Lemper Ayam Spesial. Harga jual dari produk Bakmi Ayam Kung Kung 17 tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. Jika produk Bakmi Ayam Kung Kung 17 dijual dengan harga yang terbilang mahal, maka usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 akan sulit bersaing dengan bakmi lainnya yang memiliki kualitas dan rasa yang baik namun dijual dengan harga yang terjangkau.



3. Pelayanan

Bakmi Ayam Kung Kung 17 selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik dan maksimal terhadap seluruh pengunjung yang datang. Bakmi Ayam Kung Kung 17 percaya bahwa dengan memberikan pelayanan yang baik akan meningkatkan penjualan dan membentuk *brand image* tersendiri untuk usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17. Pelayanan yang baik dan kecepatan penyajian membuat nilai tambah untuk usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 dibenak para pelanggan.

4. Kebersihan Tempat

Kebersihan tempat tentunya salah satu hal penting yang harus dimiliki oleh usaha tempat makan, dikarenakan hal tersebut dapat mencerminkan kualitas dan kebersihan dari produk yang akan disajikan dan di konsumsi oleh pengunjung. Kebersihan tempat di usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 memiliki *rating* 3 dikarenakan usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 selalu menjaga dan memperhatikan kebersihan dari bahan baku dan alat bahan yang akan digunakan oleh menghasilkan produk.

5. Varian Produk

Varian produk dari usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 memiliki *rating* 2 dikarenakan varian yang ditawarkan lebih sedikit dari 2 pesaingnya yakni Rumah Bakmi Karet Foek dan Mie Pangsit dan Lemper Ayam Spesial.

6. Lokasi

Lokasi dari usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 memiliki *rating* 3 dan sama dengan 2 pesaing lainnya. Hal ini dikarenakan usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 dan 2 pesaing lainnya sama-sama di dirikan di sebuah rumah.

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.



F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Dalam melakukan penyusunan *business plan* pasti dilakukan pertimbangan dengan menganalisis seluruh faktor eksternal dan internal. Lingkungan eksternal dan internal merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan SWOT sebuah perusahaan dan organisasi. SWOT digunakan untuk mempermudah tercapainya tujuan dan visi sebuah bisnis atau perusahaan maupun untuk mencegah resiko apa saja yang akan terjadi kedepannya terhadap perusahaan. Kondisi internal lingkungan suatu perusahaan dipengaruhi oleh kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Untuk kondisi eksternal lingkungan suatu perusahaan dipengaruhi oleh peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Berikut dibawah ini merupakan analisis SWOT dari usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17:

1. Kekuatan (*Strength*)
 - Harga terjangkau
 - Kualitas rasa baik dan stabil
 - Pelayanan ramah
 - Kebersihan tempat
 - Lokasi strategis
2. Kelemahan (*Weakness*)
 - Kurang varian produk
3. Peluang (*Opportunities*)
 - Bahan baku mudah didapat
 - Teknologi yang digunakan sudah maju
 - Penyajian cepat dan bersih
4. Ancaman (*Threat*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



SWOT MATRIX

Tabel 3.3
Usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17

- Usaha dan produk gampang ditiru oleh pesaing
- Pesaing yang sudah terlebih dahulu mendirikan usaha jenis bakmi memiliki pelanggan yang setia
- Banyak pesaing di bidang usaha kuliner jenis bakmi

SWOT MATRIX	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
	- Harga terjangkau (S1)	- Kurang varian produk
	- Kualitas rasa baik dan stabil (S2)	
	- Pelayanan ramah (S3)	
	- Kebersihan tempat (S4)	
	- Produk selalu <i>fresh</i> (S5)	
Opportunities (Peluang)	S-O Strategies	W-O Strategies
- Bahan baku mudah di dapat (O1)	- Membuat sistem nomor antrian terlebih untuk ojek online yang datang seperti yang diterapkan oleh usaha terkenal (MCD) sehingga penyajian bisa berlangsung cepat karena banyak penyajian yang lama mengakibatkan pelayanan kurang ramah. (S3, O2)	- Membuat varian produk baru agar dapat memuaskan pelanggan. (W1, O2)
- Teknologi yang digunakan sudah maju (O2)	- Membuat dan mengembangkan media social (<i>whatsapp</i> dan <i>instagram</i>) (O2, O3, S1)	- Menyusun strategi pemasaran dengan memeberikan konten yang tepat dan menarik (O2, O3, W1)
- Penyajian cepat dan bersih (O3)	- Mengundang influencer terkenal yang sudah berkecimpung di dunia kuliner jenis bakmi seperti Tirta Lie (S1, S2, S4, S5,	- Mengatur tata letak usaha agar terlihat bersih dan menarik di mata pengunjung (W2, O3)

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.



	O2)	
Threats (Ancaman)	S-T Strategies	W-T Strategies
- Usaha dan produk gampang ditiru oleh pesaing (T1)	- Menyajikan produk dengan baik dan cepat serta memberikan kualitas rasa yang enak dan stabil (S2, S3, S4, T1)	- Menciptakan tempat usaha yang nyaman (T3, W1, W2)
- Pesaing yang sudah terlebih dahulu mendirikan usaha di bidang kuliner jenis bakmi sudah memiliki pelanggan yang setia (T2)	- Membuat produk baru (T1, T2, S1)	- Membuat testimoni pengunjung yang sudah pernah datang ke usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 (T3, S1, S2)
- Banyak pesaing di bidang usaha kuliner jenis bakmi (T3)	- Memberikan keunggulan dari usaha kuliner jenis bakmi lainnya dengan cara menyajikan cita rasa khas bakmi rumahan yang enak dan unik (T2, T3, S1, S2, S5)	

Sumber: Bakmi Ayam Kung Kung 17

Keterangan:

Strategi SO

1. S3, O2

Bakmi Ayam Kung Kung 17 membuat sistem antrian yang baik dengan cara yang duluan datang dan memesan maka akan langsung dibuatkan pesanannya dan diberikan kepada pengunjung. Untuk ojek makanan *online* diberikan nomor antrian dan air minum selama menunggu orderan dibuat sehingga para ojek makanan *online* juga bisa mengecek nomor urut yang mereka dapatkan jika usaha sedang ramai.

2. S1, O2, O3



Di jaman sekarang, teknologi sudah sangat berkembang dan mudah digunakan. Oleh karena itu, usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 membuat media social berupa *Instagram* dan *whatsapp* khusus untuk memberika informasi yang tepat dan menarik agar dapat menarik pelanggan untuk datang.

3. S1, S2, S4, S5, O2

Usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 mengundang influencer Tirta Lie yang sudah terkenal dalam dunia bisnis kuliner jenis bakmi untuk mendapat *approve* sehingga kepercayaan masyarakat terhadap usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 meningkat.

Strategi WO

1. W1, O2

Bakmi Ayam Kung Kung 17 mendaftarkan nama tepat usaha nya di *Google Maps* sehingga mudah diakses oleh setiap pengunjung yang ingin datang. Selain itu, usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 bekerja sama dengan aplikasi makanan *online* seperti *Go-Jek* dan *Grab* untuk mempermudah pelanggan yang ingin mencoba dan memesan produk Bakmi Ayam Kung Kung 17 secara *online*.

2. W1, O2, O3

Menyusun dan mem-posting informasi yang unik dan menarik terhadap lokasi usaha dan produk dari Bakmi Ayam Kung Kung 17 seperti harga dan kualitas rasa sehingga masyarakat yang melihat merasa tertarik untuk datang.

3. W2, O3

Tata letak sebuah tempat usaha pastinya merupakan salah satu hal penting dikarenakan jika tata letak terkesan luas dan nyaman maka pengunjung akan nyaman untuk dating ke tempat usaha tersebut. Dikarenakan lahan tempat usaha Bakmi Ayam Kung Kung



17 tidak terlalu luas maka diatur tata letak 3 meja untuk 4-5 orang dan 1 meja Panjang untuk 6-8 orang.

Strategi ST

1. S2, S3, S4, T1

System antrian yang sudah diterapkan tentunya akan mempercepat proses pelayanan dan penyajian kepada pengunjung yang datang, Selain itu, usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 juga selalu menggunakan produk yang *fresh* sehingga rasa yang diberikan kepada pelanggan selalu berkualitas baik dan stabil.

2. S1, T1, T2

Untuk menghadapi para pesaing usaha kuliner jenis bakmi maka usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 selalu membuat produk baru sejak awal usaha berdiri. Dengan tetap memperhatikan kualitas dan rasa, Bakmi Ayam Kung Kung 17 bisa mengembangkan produk nya dari bakmi menjadi kwetiau, bihun, dan makanan pendamping lainnya seperti siomay, bakso goreng, dan tahu bakso.

3. S1, S2, S5, T2, T3

Karena pesaing dalam usaha kuliner jenis bakmi terbilang cukup banyak, maka Bakmi Ayam Kung Kung 17 harus bisa memberikan cita rasa khas unik terhadap 1 mangkuk bakmi yang disajikan. Oleh karena itu resep dan bumbu yang dipakai adalah racikan khas dari Bakmi Ayam Kung Kung 17.

Strategi WT

1. W1, W2, T3



Menciptakan suasana yang nyaman ditempat usaha pastinya akan memberikan kepuasan untuk pengunjung yang datang. Tidak hanya tempat usaha, namun pelayanan yang ramah juga bisa memberikan kesan yang baik dan nyaman. Oleh karena itu, usaha Bakmi Ayam Kung Kung 17 selalu menerapkan kepada seluruh karyawan yang bekerja bahwa harus selalu ramah dan menciptakan kesan yang baik kepada semua pengunjung yang datang bahkan sekalipun terhadap ojek makanan *online*.

2. S1, S2, T3

Dengan memberikan testimoni yang dapat dilihat oleh masyarakat, maka akan meningkatkan rasa untuk mencoba dan datang kembali ke tempat usaha. Oleh karena itu Bakmi Ayam Kung Kung 17 harus memberikan testimoni pengunjung dan memposting di media sosial seperti *Instagram* dan *whatsapp* story. Bakmi Ayam Kung Kung 17 juga bekerja sama dengan ojek makanan *online* seperti Go-jek dan Grab sehingga pelanggan bisa langsung memberikan ulasan terhadap produk yang dijual oleh Bakmi Ayam Kung Kung 17 sehingga memudahkan masyarakat lainnya untuk melihat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.