

## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Seorang calon wirausahawan sangat perlu menganalisis sebuah industri yang akan dijalani.

Analisis industri sangat perlu dilakukan oleh seorang wirausahawan agar dapat mengetahui sebuah keadaan atau kondisi dari tren yang saat itu harus diikuti dalam industrinya supaya bisnis yang akan dijalani selalu dapat mengikuti tren industri yang ada dan menjadi sebuah pedoman untuk menjalankan bisnis yang akan dijalani.

#### A. Tren dan Pertumbuhan Industri

Industri makanan dan minuman bisa dibilang tidak akan mati. Khususnya, industri minuman yang saat ini terus berinovasi dari waktu ke waktu di semua kalangan masyarakat Indonesia bahkan seluruh dunia. Penulis melihat banyak merek - merek baru sampai saat ini bermunculan dimana mereka hadir dengan konsep inovasi yang baru dan memiliki keunikan masing - masing. Merek - merek baru yang bermunculan juga merupakan suatu daya dorong pertumbuhan dalam industri minuman ini sendiri karena ketika suatu industri terus berinovasi, maka industri minuman ini juga akan susah padam.

Industri minuman ini juga didukung dengan masyarakat Indonesia, khususnya dimana masyarakat Indonesia hampir semua kalangan sangat mencintai industri kuliner terutama minuman. Apalagi Indonesia terletak di wilayah iklim tropis dan masyarakatnya memiliki pekerjaan yang sangat banyak dan sibuk sehingga masyarakat lebih suka minum minuman yang manis dan menyegarkan.





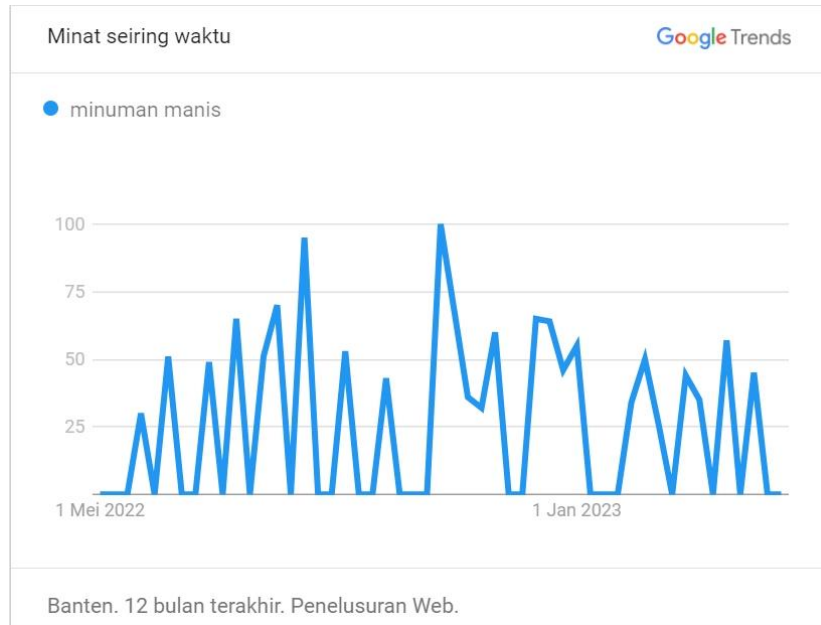
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 3.1

Grafik Google Trends Mengenai Minuman Manis di Banten



Sumber: trends.google.com

Bedasarkan data pada gambar 3.1, pencarian kata untuk “minuman manis” sangat meningkat di Banten. Ini menunjukkan masyarakat Indonesia memiliki kecintaan dan kesukaannya mengikuti tren minuman manis yang saat ini sedang ramai. Dengan data diatas, penulis semakin yakin ReFresh akan menjadi suatu merek yang besar dengan komitmen dan inovasi yang terus ditingkatkan.

Industri makanan dan minuman juga memiliki peningkatan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Produk Domestik Bruto (PDB) industri makanan dan minuman dengan harga konstan (ADHK) sebesar Rp 200,26 triliun pada triwulan II 2022. Jumlah tersebut meningkat 3,68 persen menjadi Rp 193,16 triliun dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu.

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.

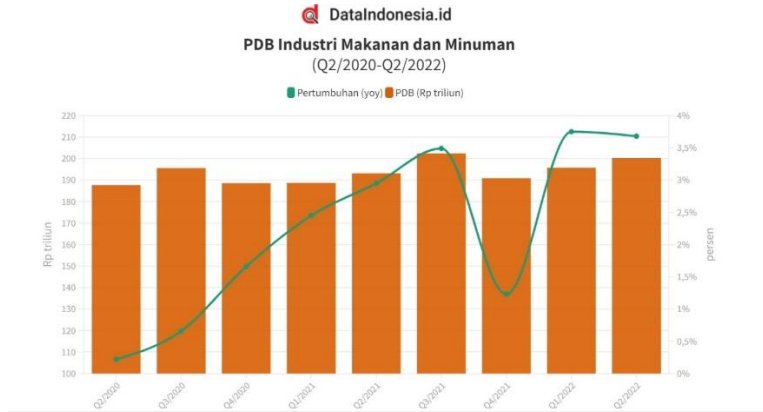


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Gambar 3.2

### Grafik Peningkatan PDB Industri Makanan dan Minuman



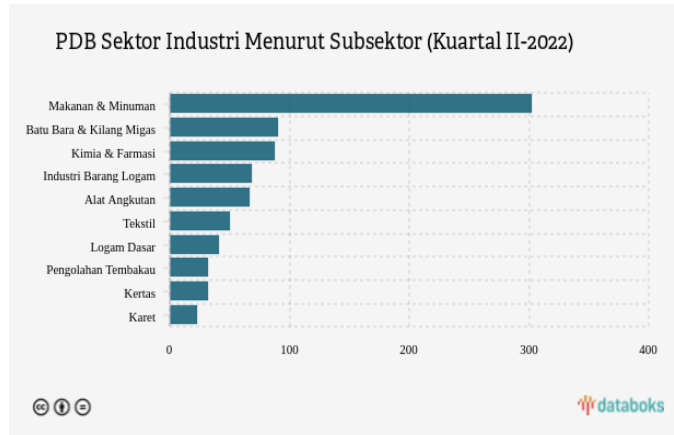
Sumber: dataindonesia.id, 2022

Peningkatan PDB inilah yang bisa meyakinkan penulis untuk membuka bisnis ReFresh, khususnya di industri minuman. Pemerintah mendukung penuh program UMKM terutama di bidang industri makanan dan minuman karena industri makanan dan minuman sendiri memiliki nilai PDB paling besar dari industri non-migas lainnya. Dari sini pemerintah sangat mendukung untuk lebih maju dengan meningkatkan digitalisasi untuk dapat mencapai daya saing yang tinggi.



Gambar 3.3

**Grafik PDB Sektor Industri Menurut Subsektor Kuartal II-2022**



Sumber: databoks.katadata.co.id, 2022

**C**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**B. Analisis Pesaing**

Analisis pesaing bagi penulis sangat begitu penting karena dengan adanya analisis pesaing, penulis dapat mengetahui siapa saja pesaing hingga dapat mengidentifikasi apa saja kelemahan dan kekuatan mereka. Hal ini bisa dijadikan sebagai dasar penulis supaya agar dapat memenangkan persaingan.

Penulis juga bisa mengetahui bahwa setiap pelaku usaha harus dapat mengatasi apa saja kelemahan serta harus bisa menonjolkan kelebihan usaha kita dibanding para pesaing lainnya. Maka dari itu, penulis membutuhkan data - data dari pesaing lainnya agar dapat menjadi perbandingan untuk menyusun strategi yang efektif dan efisien.

Bedasarkan pengamatan penulis, penulis mendapatkan beberapa data pesaing dalam sebuah industri yang sama dengan “ReFresh” yaitu industri minuman di daerah Citra Raya Tangerang, Cikupa. Berikut merupakan pesaing - pesaing dari bisnis minuman “ReFresh”:



## 1. Profil Pesaing 1

- C** a. Nama Perusahaan : d'SRUPUT CITRA RAYA  
b. Lokasi : Grand Boulevard E.01/228 (Bundaran 5, Depan Graha Raflesia)  
c. Harga : Rp 12.000,00 - Rp 50.000,00  
d. Kelebihan : merek sudah banyak dikenal masyarakat sekitar dan harga relatif murah  
e. Kelemahan : penataan tempat yang tidak strategis (sempit) dan Menu yang disajikan tidak konsisten dalam rasanya

## 2. Profil Pesaing 2

- a. Nama Perusahaan : GOELA CITRA RAYA  
b. Lokasi : Citra Raya Cikupa  
c. Harga : Rp. 12.000,00  
d. Kelebihan : merek sudah banyak dikenal masyarakat sekitar, harga relatif murah dan memiliki banyak cabang  
e. Kelemahan : tidak memiliki tempat duduk yang nyaman, pelayanan kurang ramah dan penyajian / kemasan yang kurang bagus

Berikut merupakan tabel analisis pesaing pada perusahaan "ReFresh":

**Tabel 3.1**

### **Analisis Pesaing Perusahaan ReFresh**

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 IBKKG.

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



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

Sumber: ReFresh 2023

Penulis melakukan penelitian observasi langsung terhadap produk dari beberapa perusahaan diatas serta ulasan dari orang - orang di media sosial mereka. Data - data ini dijadikan penulis sebagai dasar bahan pengamatan sehingga penulis akan mencari tahu apa yang bisa penulis lakukan supaya agar memenangkan persaingan di industri minuman ini yang berlokasi di Citra Raya Tangerang, Cikupa.

Nama Perusahaan pesaing	Keunggulan	Kelemahan
SRUPIT CITRA RAYA	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Merek sudah dikenal masyarakat sekitar</li><li>2. Harga relatif murah</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Penataan tempat yang tidak strategis (sempit)</li><li>2. Menu yang disajikan tidak konsisten dalam rasanya</li></ol>
GOELA CITRA RAYA	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Merek sudah banyak dikenal masyarakat sekitar</li><li>2. Harga relatif murah</li><li>3. Memiliki banyak cabang</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Tidak memiliki tempat duduk yang nyaman</li><li>2. Pelayanan kurang ramah</li><li>3. Penyajian/kemasan yang kurang bagus</li></ol>



### C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan singkatan dari *Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal*. Analisis PESTEL adalah sebuah analisis eksternal yang bisa dijadikan alat untuk melihat keberadaan atau kondisi diluar perusahaan yang dapat menjadi peluang supaya bisnis ini dapat berjalan dan berkembang hingga peluang ancaman bagi jalannya bisnis penulis. Analisis PESTEL bisa melihat suatu operasi atau rencana untuk meluncurkan produk dan layanan suatu bisnis, hingga bisa mengantisipasi suatu situasi makro yang mempengaruhi situasi suatu usaha. Berikut adalah analisis PESTEL dari bisnis ReFresh:

#### a. Politik

Faktor politik merupakan sebuah faktor eksternal / luar yang bisa mempengaruhi jalannya suatu bisnis dimana jika terjadi bencana secara global, perang hingga kerusuhan aktivis, bisnis bisa terganggu sehingga berdampak negatif bagi jalannya bisnis. Kondisi politik ini biasanya disebabkan karena peraturan dan kebijakan pemerintah yang mempengaruhi jalannya politik serta dapat mempengaruhi jalannya suatu usaha atau bisnis.

Faktor politik yang berdampak negatif contohnya ketika Presiden Joko Widodo menetapkan Covid-19 sebagai pandemi nasional. Hal tersebut akan berdampak negatif terhadap jalannya bisnis karena pemerintah juga mengakui bahwa daya beli masyarakat juga melemah hal ini disebabkan karena pendapatan menurun dan PHK massal yang terjadi dibanyak perusahaan. Tetapi, dampak positifnya bagi ReFresh ialah selama pandemi Covid-19, dapat mendorong masyarakat untuk belanja melalui daring atau layanan pesan antar *online* untuk makanan dan minuman. Hal itu terjadi karena perubahan dinamika yang disebabkan oleh pandemi, dimana seluruh industri makanan dan minuman hingga pengiriman makanan daring bisa mendapat

1. Klatara menulis bagian atas seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



manfaat dari perubahan tersebut. Semua faktor politik pasti mempengaruhi atau memberi dampak pada pelaku bisnis. Seperti event G20 yang telah terlaksanakan di Indonesia juga memberikan dampak positif, salah satunya adalah presidensi G20 akan mendorong investasi pada UMKM dalam negeri, dimana saat ini sebesar 80% investor global berasal dari G20. Dengan adanya G20 ini, Indonesia akan mendesain sebuah kebijakan demi pemulihan ekonomi global yang akan membuat ekonomi di Indonesia otomatis membaik juga.

### b. Ekonomi

Faktor Ekonomi juga salah satu faktor eksternal yang penting dalam mempengaruhi berjalannya suatu bisnis di industri makanan dan minuman. Beberapa masalah seperti pertumbuhan ekonomi, tingkat suku bunga, hingga inflasi dan nilai standar suku bunga pun termasuk dalam faktor ekonomi. Dilansir dari website resmi Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Pertumbuhan ekonomi di Indonesia mencatatkan kinerja yang impresif dengan tumbuh sebesar 5,72% (yoy) pada Triwulan III-2022, angka tersebut didukung oleh fundamental ekonomi dalam negeri yang kuat dan menyebabkan ekonomi Indonesia masih stabil dan tetap terjaga. Aktivitas ekonomi yang sudah mulai pulih karena mobilitas masyarakat sudah mulai kembali normal juga membantu kestabilan ekonomi di Indonesia.

**Gambar 3.4**

**Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan III-2022**

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini 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.

Ha  
Cip  
Di  
Unda  
-Un  
ng

Ha  
Cip  
Di  
Unda  
-Un  
ng

Ha  
Cip  
Di  
Unda  
-Un  
ng

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)

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.



Sumber: validnews.id, 2022

Pada tahun 2022 banyak sekali peristiwa terjadi, mulai dari munculnya varian - varian Covid-19 yang baru hingga masalah geopolitik antar Rusia dan Ukraina yang masih berseteru. Masalah masalah ini menyebabkan sirupsi rantai pasok global. Indonesia saat ini bisa dibilang inflasinya naik cukup tinggi. Di Oktober 2022, harga pangan naik cukup tajam seperti kenaikan telur ayam sebesar 1,56% dan cabai rawit 4,09%. Hal inilah yang dapat memberikan dampak untuk berjalannya bisnis ReFresh, dimana jika inflasi di Indonesia semakin tinggi maka daya beli masyarakat juga ikut menurun. Hal tersebut juga menyebabkan indeks kekayaan konsumen turun menjadi 117,2. Ini akan menjadi ancaman bagi ReFresh karena daya beli masyarakat melemah.

c. Sosial

Sebuah faktor sosial biasanya dapat mempengaruhi sikap, pola pikir hingga tingkah laku sebuah individu dalam berjalannya sebuah bisnis. Biasanya faktor ini berada dalam sebuah diri



konsumen. Pandemi hampir merubah semua kebiasaan pola hidup seseorang, dimana kita bisa dibidang untuk dipaksa merubah pola kebiasaan kita, dan masyarakat Indonesia sekarang sudah

terbiasa membeli suatu makanan dan minuman dari daring. Banyak sekali aplikasi pesan antar daring yang sangat membantu atau menjadi solusi bagi masyarakat. Masyarakat saat pandemi juga sulit untuk berpergian keluar atau ke toko fisik. Dalam industri makanan dan minuman bisa di bilang sangat mengandalkan sebuah tren. Masyarakat Indonesia banyak sekali yang tidak mau ketinggalan tren yang sedang berlangsung. Industri makanan dan minuman pun telah berubah menjadi sebuah gaya hidup baru dimana tren tersebut bisa berpengaruh dalam kehidupan sosial masyarakat.

Maka dari itu, ReFresh akan membuat toko fisik sekaligus juga bisa dipesan melalui aplikasi daring. Seperti yang kita ketahui masyarakat sudah jenuh berada di dalam rumah terus – menerus. Masyarakat juga sudah kembali normal dimana mereka sudah bisa berpergian sekaligus mandangi toko fisik makanan dan minuman, serta ReFresh sebisa mungkin menjadi tren baru bagi masyarakat dari segi rasa hingga kemasan dan nilai konsumen. Ditambah lagi ReFresh akan menjalankan bisnisnya di Citra Raya Tangerang, Cikup. Lokasi tersebut sedang berkembang dan otomatis akan mencoba menjadi lingkungan yang maju , dimana tren – tren atau sosial budaya yang ada di Jakarta akan berdampak juga ke lokasi tersebut dan menyebabkan gaya hidup masyarakatnya mulai berubah. Dengan lokasi yang sedang berkembang ini ReFresh berpeluang untuk mengikuti gaya hidup masyarakat setempat.

1. Latar belakang penelitian atau seluruh karya tulis ini tanam membantu dan menyebabkan sumber:  
a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Penguutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



#### d. Teknologi

Di era industri 4.0 saat ini, teknologi merupakan sebuah alat yang mendukung proses jalannya suatu bisnis. Teknologi juga merubah sebagian besar mekanisme suatu perusahaan, dimana penerapan teknologi juga merubah pola kebiasaan masyarakat dalam membeli sebuah makanan dan minuman. Contoh positif dari teknologi ialah masyarakat tidak perlu repot - repot untuk datang ke toko fisik untuk membeli sebuah produk karena adanya teknologi yang terus berinovasi membuat masyarakat juga semakin mudah untuk bisa membeli sebuah produk melalui aplikasi daring di *smartphone* tanpa perlu pergi ke toko fisik.

Teknologi yang terus berkembang ini juga memaksa pelaku usaha serta penulis untuk bisa adaptasi dengan teknologi dan dapat dimanfaatkan serta memudahkan berjalannya suatu bisnis. Contohnya seperti media sosial, toko daring, *website* hingga sebuah forum.

ReFresh tentu saja menggunakan sebuah teknologi dalam menjalankan bisnisnya. Menurut penulis, saat ini akan sulit berkembang jika kita sebagai pelaku bisnis tidak menggunakan atau memanfaatkan teknologi yang ada. ReFresh tentu akan membuat media sosial beberapa aplikasi seperti Instagram, TikTok, Facebook / META, dan aplikasi lainnya. Media sosial merupakan salah satu sarana paling mudah dan murah dalam mempromosikan sesuatu, dimana kita juga bisa menargetkan lebih banyak orang. ReFresh juga akan bekerja sama dengan aplikasi atau layanan pesan antar, dimana inovasi teknologi ini membantu dalam hal layanan pengiriman pesan antar dan dapat memudahkan konsumen untuk membeli produk ReFresh itu sendiri. ReFresh akan bekerja sama dengan beberapa aplikasi yang menyediakan layanan pesan antar makanan seperti, Go-Food dari Pada saat ini, beberapa aplikasi tersebutlah yang membantu jalannya sebuah bisnis makanan dan minuman. Dalam hal pembayaran, ReFresh tentu juga ingin



beradaptasi dengan layanan pembayaran alternatif yaitu pembayaran non – tunai. Maka dari itu ReFresh juga ingin bekerja sama dengan GoPay dari Go-Jek, OVO, ShopeePay dan DANA

dalam pembayaran elektronik yang saat ini biasanya banyak pembayaran berbentuk Q-Ris. tidak lupa juga kita akan bekerja sama dengan bank supaya bisa mendapatkan mesin EDC untuk memudahkan para pelanggan dalam melakukan pembayaran. Pada zaman ini, sebuah transaksi bisa dibantu atau dipercepat dengan sebuah sistem baru untuk mengelola semua transaksi. ReFresh juga kedepannya akan menggunakan sistem ini, Contohnya ialah QASIR dan MOKA.

### e. Lingkungan

Sebuah lokasi lingkungan bisnis yang tepat tentu saja akan memenuhi harapan dari seorang pelaku usaha. Ketika sebuah lokasi yang kita tempati kurang tepat, maka ini akan berdampak negatif terhadap jalannya bisnis menjadi kurang maksimal. Maka dari itu, penulis atau pelaku usaha perlu mencari lokasi lingkungan bisnis yang tepat supaya harapan kita sesuai dengan apa yang pelaku usaha inginkan.

ReFresh akan berlokasikan di Citra Raya Tangerang, Cikupa. Penulis memilih wilayah ini karena wilayah di Citra Raya ini merupakan sebuah wilayah yang sedang berkembang, dimana untuk kita membuka sebuah usaha baru masih sangat memungkinkan karena bisa dikatakan kita masuk ke dalam persaingan *blue ocean*. ReFresh akan berlokasikan di Jl. Citra Raya Boulevard Blok E1 No 3. Lokasi ini merupakan salah satu lokasi yang sangat strategis karena dekat dengan sekolahan yaitu Tarakanita Citra Raya, Klinik, tempat ibadah dan juga banyak kuliner makanan yang berada dekat ruko yang akan ditempati oleh ReFresh, yang dapat menjadikan lokasi tersebut memiliki potensi ramai pengunjung dan sangat strategis.

Ha cipta milki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)  
Ha Cipta Dilihat Ujungi Undang-Undang  
1. Talaran dan merutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber:  
d. 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.



## f. Hukum

Legalitas merupakan unsur yang paling penting dalam pendirian sebuah perusahaan atau badan usaha karena legalitas sendiri merupakan alat bukti yang menyatakan atau mengesahkan suatu badan usaha resmi sehingga bisa diakui oleh masyarakat setempat. Legalitas perusahaan yang sah di Indonesia telah di atur dalam Undang - Undang dan peraturan hukum di Indonesia dimana dengan adanya legalitas ini sebuah badan usaha dilindungi dengan berbagai legalitas dan dokumen sah di mata hukum pada pemerintahan yang berkuasa saat itu. Syarat dokumen legalitas yang dibutuhkan untuk membuka sebuah perusahaan atau badan usaha meliputi dokumen seperti:

1. Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU)
2. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
3. Izin Usaha Mikro Kecil dan Menengah (IUMKM)
4. Nomor Induk Berusaha (NIB)

Dokumen - dokumen tersebut diperlukan ReFresh dalam menjalani bisnisnya agar dapat menjadi pedoman untuk dilindungi oleh hukum yang ada. ReFresh juga harus memperhatikan semua peraturan yang dicakup dalam Undang - Undang yang berlaku di Republik Indonesia yang lainnya, seperti aturan Undang - Undang ketenagakerjaan yang harus diikuti.

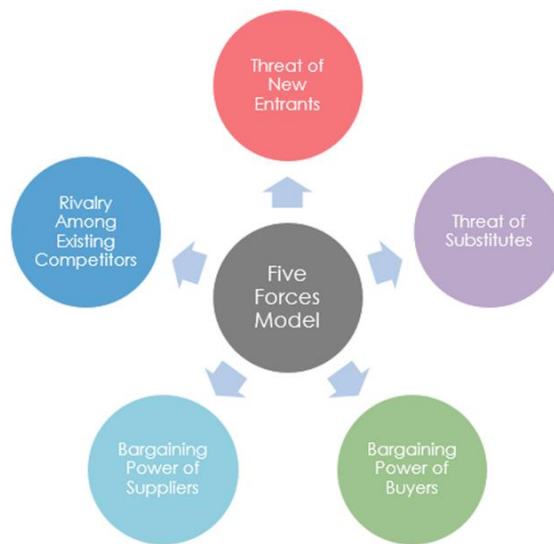
### D. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Porter

Menurut David (2017:229), analisis pesaing dalam industri sangat penting dalam sebuah bisnis yang berfungsi bagi pemilik bisnis. Pemilik bisnis dapat memperkirakan permintaan yang ada saat ini ataupun di masa depan. Jika sewaktu – waktu permintaan mengalami perubahan pemilik bisnis sudah memiliki strategi antisipasinya. Analisis lima kekuatan persaingan model

porter adalah salah satu strategi yang dapat digunakan oleh pemilik bisnis dalam melakukan pengembangan di industri atau pasarnya.

Porter's Five Forces Business Model pada dasarnya merupakan sebuah metode yang bisa membantu untuk menganalisis dan mengidentifikasi sisi kekuatan suatu bisnis dalam perusahaan. Metode inilah biasa digunakan untuk mengidentifikasi struktur industri dalam menentukan strategi sebuah perusahaan.

**Gambar 3.5**  
**Porter Five Forces Analysis**



Sumber: nemolab.id

1. Daya Tawar Pemasok (Bargaining Power of Suppliers)

Pemasok dalam sebuah bisnis merupakan suatu hal yang sangat penting di dalam setiap tahap siklus peredaran sebuah produk berupa barang maupun jasa. Pemasok merupakan sebuah





peranan penting untuk di awal, karena ketika kita tidak mendapatkan pemasok atau kita mendapatkan pemasok yang kurang tepat, maka jalannya bisnis juga akan berdampak negatif.

Bentuk hubungan antara pemasok dengan pelaku usaha juga harus dijaga dengan baik. Ini akan berdampak pada semua aspek, contohnya seperti harga dari pemasok bisa mendapatkan harga yang terbaik, pengiriman barang dari pemasok tepat waktu, hingga ada persetujuan yang bisa menguntungkan kedua belah pihak.

ReFresh juga sangat membutuhkan pemasok yang memiliki pengadaan bahan baku yang berkualitas. Dimana kita ketahui bahwa dalam industri minuman saat ini sangat banyak sekali pesaing pesaing lama maupun baru, maka dari itu kekuatan daya tawar menawar pemasok ini harus diperhatikan demi kelancaran jalanya bisnis ReFresh. ReFresh juga harus memiliki pemasok cadangan untuk jaga - jaga ketika pemasok utama memiliki masalah. Jika kita lihat dari persaingan antar pemasok. Dapat ditemui didalam beberapa platform seperti Tokopedia dan Shopee, para pemasok ini bersaing harga untuk memenangkan persaingan. Ketatnya persaingan antara para pemasok membuat mereka menawarkan bahan baku yang berkualitas dengan harga yang lebih murah kepada ReFresh. Jadi dapat disimpulkan bahwa daya tawar menawar pemasok ReFresh tergolong relatif rendah.

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantarkannya ke pihak yang bersangkutan untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

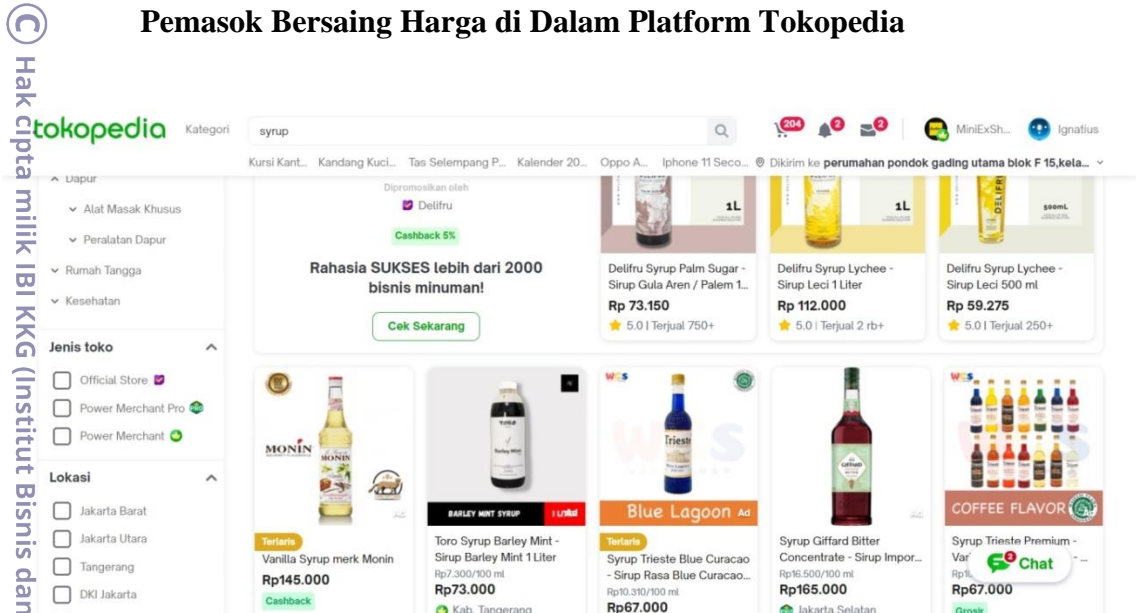
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Gambar 3.6

Pemasok Bersaing Harga di Dalam Platform Tokopedia



sumber: tokopedia.com

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan nama dan alamat penulis. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Daya Tawar Pembeli (Bargaining Power of Buyers)

Pada dasarnya seorang konsumen akan mencari suatu produk atau jasa dengan harga yang rendah atau murah. Konsumen akan memilih suatu produk atau jasa yang bisa membuat konsumen tersebut tertarik untuk menggunakan atau membeli suatu produk atau jasa. Dengan adanya daya tawar menawar, pembeli mengharuskan penulis sebagai pemilik dari bisnis ReFresh harus lebih kreatif dalam menciptakan sebuah daya tarik dan memberikan layanan yang maksimal pada konsumen. ReFresh memiliki sebuah daya tarik dari segi variasi minuman yang menurut penulis belum pernah ada yang menjual sebuah minuman *squash & tea* dengan harga yang murah. Ditambah lagi ReFresh memiliki tempat nongkrong yang nyaman. Diantara para pesaing di Citra Raya Tangerang, ReFresh akan berlokasi lebih dekat dari pintu gerbang utama dan jalan utama. Penulis yakin bahwa banyak yang tertarik untuk mencoba dan menjadi pelanggan setia untuk ReFresh. Dengan adanya menu soda dan non soda, para pesaing ReFresh





pada umumnya seperti Goela dan D'Sruput memiliki menu *bubble tea* saja akan membuat menu dari ReFresh lebih bisa diterima oleh banyak masyarakat. Maka dari itu, ReFresh memiliki peluang untuk bisa bersaing di industri minuman, karena pasar *bubble tea* penulis lihat sudah mulai jenuh. Kesimpulan dari daya tawar menawar pembeli ReFresh adalah rendah.

### 3. Ancaman Pendatang Baru (Threat of New Entrants)

Sebuah bisnis Kuliner merupakan sebuah bisnis yang sangat mudah untuk ditiru, apalagi jika kita melihat saat ini banyak sekali inovasi produk / menu di dunia bisnis kuliner. Pendatang baru merupakan sebuah ancaman yang sangat penting untuk dianalisis, dimana tujuan dari menganalisis ancaman terhadap pendatang baru untuk meningkatkan kewaspadaan jalannya bisnis terhadap hal - hal buruk yang mungkin akan terjadi.

Ancaman dari pendatang baru pun cukup tinggi, dimana ReFresh akan bergerak di industri bidang kuliner khususnya minuman. Industri minuman ini pasarnya sudah sangat penuh apalagi sekarang membuat suatu bisnis minuman sangatlah mudah dan tidak terlalu mahal. ReFresh menyadari bahwa pastinya akan ada pendatang baru yang menjual produk serupa, dan konsumen pun berpeluang untuk berpindah merek dan mengancam keberlangsungan bisnis. Untuk mengantisipasi terhadap pendatang baru, ReFresh akan menciptakan sesuatu yang menarik serta pembeda dari pendatang barunya. ReFresh akan memiliki keunggulan yang menjadi ciri khas yaitu *squash* dan juga ReFresh akan terus berinovasi dengan cara mengamati, meniru dan memodifikasi, sehingga ReFresh bisa satu langkah lebih maju dari antara pebisnis lain. Kesimpulannya ialah ancaman pendatang baru tinggi dan menjadi ancaman bagi ReFresh.



#### 4. Ancaman Produk Pengganti (Threat of Substitutes)

Di Industri bisnis kuliner sangat banyak sekali jenis - jenis minuman, dari minuman tradisional hingga modern pun juga ada. ReFresh tentunya memiliki ancaman sangat tinggi dalam ancaman produk pengganti, dimana di Indonesia sangat banyak sekali yang suka minum kopi, boba, dll. Dari keberagaman dapat dikatakan bahwa ancaman dari produk pengganti untuk ReFresh adalah tinggi.

ReFresh juga akan memiliki menu teh, dimana ini ditujukan untuk konsumen yang tidak terlalu suka minuman bersoda. ReFresh juga akan membuat sebuah resep spesial di hari - hari tertentu, dimana ini akan mengatasi kejenuhan para konsumen dalam membeli produk ReFresh, serta ReFresh juga akan terus berinovasi dengan memperbanyak varian dan jenis. tidak hanya squash saja, tetapi inovasi produk lainnya akan dilakukan ReFresh untuk bisa mengungguli para ancaman produk pengganti. Kesimpulannya adalah ancaman produk pengganti dari ReFresh itu tinggi.

#### 5. Persaingan antar Perusahaan yang Ada (Rivalry among existing competitors)

Membuat suatu bisnis atau usaha di dunia manapun bisa dipastikan tidak akan luput dari yang namanya sebuah pesaing dan memiliki kesamaan dalam jenis industrinya. Dari 5 kekuatan persaingan model porter, ancaman inilah yang memiliki tekanan paling besar dikarenakan persaingan ini melawan kompetitor lama yang memiliki jenis industri yang sama. Sebuah persaingan bertujuan untuk mencari keunggulan bersaing untuk menguasai suatu pasar di industrinya. Jadi, ketika suatu bisnis menciptakan sebuah inovasi yang kreatif dan bisa mengubah pasar, para pesaing di industri yang sama ini harus bisa beradaptasi dengan cepat.



Ketika suatu bisnis tidak dapat mengikuti tren persaingannya, maka memiliki resiko kekalahan dalam persaingan.

Ancaman terhadap kompetitor lama yang memiliki jenis industri yang sama adalah tinggi. Kita ketahui bersama bahwa industri minuman saat ini banyak bermunculan baik merek lama atau baru bahkan beberapa dari mereka itu memiliki pangsa pasar yang sama. ReFresh membuat beberapa solusi dengan memiliki sebuah keunikan yang menjadi ciri khas dimana belum ada suatu bisnis minuman yang berfokus pada *squash* ditambah dengan teh. Hal ini akan membuat masyarakat dapat menyesuaikan selera, baik soda atau non soda. ReFresh juga akan memiliki tempat nongkrong dimana ada *indoor* dan *outdoor*. Tujuan dari membuat tempat nongkrong ini adalah penulis melihat peluang bahwa di lokasi yang akan didirikan belum terlalu banyak tempat nongkrong. Hal ini juga merupakan sebuah keunggulan juga. Pesaing ReFresh yaitu Goela dan D'Sruput tidak memiliki tempat nongkrong yang nyaman, serta Goela tidak aktif dalam promosi melalui media sosial. Solusi tersebutlah yang akan menjadi peluang bagi ReFresh walau ancaman atas persaingan antar perusahaan pesaing bagi ReFresh ialah tinggi karena industri minuman di Indonesia sudah cukup penuh.

### **E. Analisis Faktor Kunci Sukses**

Menurut Fred R. David (2017:204), *Competitive Profile Matrix* atau CPM biasanya digunakan untuk mengidentifikasi pesaing perusahaan dan kekuatan serta kelemahannya. Menurut penulis, *Competitive Profile Matrix* (CPM) sangat dibutuhkan untuk mengidentifikasi pesaing pesaing. sebagai bentuk manajemen strategis sebuah perusahaan untuk melihat apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan pesaing. CPM berisikan faktor penentu keberhasilan yang mencakup beberapa faktor internal hingga eksternal karena mengacu pada kekuatan dan

Hak Cipta Milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE)

Hak Cipta Milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantarkan sumbernya.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



kelemahan perusahaan. Berikut merupakan beberapa faktor yang termasuk dalam metode *Competitive Profile Matrix*:

### 1. Faktor Penentu Keberhasilan (*Critical Success Factor*)

Faktor penentu keberhasilan (CSF) merupakan sebuah bidang utama yang wajib dilakukan pada tingkat keunggulan tertinggi. Mungkin disaat organisasi ingin sukses dalam industri tertentu, mereka bervariasi antara industri yang berbeda atau bahkan kelompok strategis dan mencakup faktor internal hingga eksternal. Jadi, ketika suatu perusahaan mendapatkan rating tinggi artinya strategi perusahaan cukup baik. Namun sebaliknya, jika rating sebuah perusahaan itu rendah artinya strategi perusahaan tersebut kurang baik.

### 2. Bobot (*Weight*)

Semua faktor penentu keberhasilan harus diberi bobot nilai mulai dari 0,0 (kurang penting) hingga 1.0 (sangat penting). Angka - angka ini membantu kita untuk menunjukkan pentingnya faktor tersebut dalam keberhasilan di industri ini. Jika kita tidak menaruh bobot pada faktor - faktor tersebut, maka yang terjadi adalah semua faktor akan sama pentingnya. Hal ini merupakan skenario yang mustahil di dunia nyata. Jumlah semua bobot harus sama dengan 1.0. Faktor yang terpisah tidak boleh diberi terlalu banyak penekanan (memberi bobot 3 atau lebih) dikarenakan keberhasilan suatu industri jarang sekali ditentukan oleh satu atau beberapa faktor.

### 3. Peringkat (*Rating*)

Dalam *Competitive Profile Matrix* (CPM), peringkat membantu untuk memperlihatkan sebuah respon perusahaan terhadap faktor - faktor penentu keberhasilan sebuah usaha. Dimana ketika *rating* itu semakin tinggi yang dapat memperlihatkan respon yang baik dari perusahaan



terhadap *Critical Success Factors* (CPM). Sebaliknya, jika rating rendah dan menunjukkan respon yang kurang baik maka peringkat dengan kisaran antara 1,0 - 4,0 dapat diterapkan untuk berbagai faktor.

Berikut beberapa poin penting terkait dengan *rating* di CPM:

- a. Peringkat diterapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan.
- b. Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan.
- c. Tanggapan rata-rata diwakili oleh angka 2,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.
- d. Tanggapan diatas rata-rata diwakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan.
- e. Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh 4.0

#### 4. Skor (*Score*)

Score merupakan sebuah nilai perkalian dari *rating* dan *weight*. Dimana setiap perusahaan akan memperoleh nilai - nilai pada setiap faktor. Nilai tersebutlah yang akan dijumlah dan akan menghasilkan total nilai.

#### 5. Skor Total Tertimbang (*Total Weighted Score*)

*Total score* dari masing - masing perusahaan berkisar antara 1 (rendah) hingga 4 (tinggi).

Rata - rata nilai CPM ialah 2,5. Maka dari itu perusahaan yang memiliki nilai akhir dari CPM



dibawah 2,5 dikatakan perusahaan tersebut posisinya relatif lemah. Sedangkan sebaliknya, jika nilainya diatas 2,5 maka perusahaan tersebut dikategorikan relatif kuat dalam persaingan.

**Tabel 3.2**

**Competitive Profile Matrix ReFresh**

Critical Success Factor (CSF)	Weight	ReFresh		D'sruput		GOELA	
		Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot
Cita Rasa Produk	0,22	4	0,88	3	0,66	3	0,66
Varian Produk	0,11	2	0,22	3	0,33	4	0,44
Lokasi Usaha	0,12	4	0,48	2	0,24	2	0,24
Harga	0,21	4	0,84	4	0,84	4	0,84
Merek (Brand)	0,10	2	0,2	3	0,3	3	0,3
Pelayanan	0,24	4	0,96	3	0,72	2	0,48
Total	1		3,58		3,09		2,96

Sumber: ReFresh 2023 dan google.com

Data - data pada tabel 3.2 bisa didapatkan penulis dari hasil perhitungan bobot berdasarkan kuesioner yang didapat dari 70 total responden dengan rentang umur 12 hingga 55 Tahun melalui hasil survei menggunakan *Google Form*. Kuesioner ini ditujukan untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi faktor penentu keberhasilan untuk sebuah perusahaan minuman.

*Critical Success Factor (CSF)* diatas penulis dapatkan dari keresahan serta pengalaman dari penulis dan beberapa rekan penulis setiap kali ingin membeli suatu minuman. Dimana penulis juga melakukan wawancara singkat secara langsung terhadap beberapa rekan penulis

Hak cipta milik IBI Kwik Kian GIE dan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE

Hak Cipta Dilindungi. Disalahkan dan Dilarang

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. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



mengenai apa saja yang biasanya menentukan pembelian pada saat akan membeli suatu minuman. Data - data bobot ditentukan dari hasil kuesioner responden yang memberikan nilai maksimal atau nilai 4 (sangat penting) pada setiap *Critical Success Factor* (CSF), dimana setiap faktor dengan pemilihan nilai 4 (sangat penting) tertinggi akan dijadikan bobot paling besar dan seterusnya. Data *rating* D'sruput dan Goela sebagai pesaing dari ReFresh di dapatkan dari analisa ulasan - ulasan di internet. Berdasarkan tabel 3.2, penulis menarik kesimpulan bahwa bisnis usaha ReFresh ini bisa berpeluang unggul didalam cita rasa produk, lokasi usaha, dan pelayanan. Sedangkan D'sruput dan Goela lebih unggul dari merek dan varian rasa, menurut penulis dari segi harga masing relatif sama.

Berikut penjelasan lengkap Faktor - faktor yang mempengaruhi CPM dari tabel 3.2:

### 1. Cita Rasa Produk

Semua bisnis kuliner tentunya harus memiliki cita rasa yang bisa dibilang harus sempurna atau memiliki ciri khas kualitas rasa yang enak. Konsumen akan merekomendasikan jika mereka mendapatkan kepuasan akan cita rasa tersebut. Cita rasa mendapatkan bobot kedua terbesar yaitu 0.22 yang dimana ini berpengaruh besar, Pada faktor ini ReFresh bisa lebih unggul karena memiliki cita rasa yang cukup berbeda dari pesaingnya, dimana D'Sruput dan Goela kebanyakan hanya menjual minuman dengan *topping* boba yang direndam pada air gula biasa, yang sudah menjadi hal biasa dari sisi rasa dan kualitasnya.

### 2. Varian Produk

Seorang calon konsumen terkadang akan lebih tertarik dengan bisnis kuliner yang banyak variasinya. Pada faktor varian produk , memiliki bobot 0.11 dimana pada faktor ini Goela

1. Berlatar belakang sebagai mahasiswa dan penulis ini tanpa mencantumkan nama dan alamat penulisnya.  
2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
3. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
4. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mendapat rating 4 dan D'sruput mendapat rating 3. Para pesaing memiliki keunggulan dibanding ReFresh karena mereka memiliki sangat banyak menu. penulis berpikir bahwa ReFresh harus menetapkan kualitas rasa untuk beberapa menu terlebih dahulu, karena akan berdampak negatif jika bisnis kuliner memiliki banyak varian dimana akan semakin sulit juga untuk menjaga kualitas produk.

### 3. Lokasi Usaha

Lokasi usaha juga harus diperhatikan, dimana dalam menentukan lokasi usaha, haruslah kita memperhatikan aspek - aspek yang mendukung, yakni mudahnya akses untuk konsumen.

Lokasi usaha mendapatkan bobot nilai sebesar 0,12 dimana ReFresh juga jauh lebih unggul dibanding pesaing yaitu D'sruput dan Goela, karena para pesaing memiliki lokasi yang kurang strategis dan lokasinya jauh dari pintu gerbang utama Citra Raya. Sedangkan ReFresh akan buka di dekat pintu gerbang utama Citra Raya dan juga ramai orang lewat karena jalan utama keluar dan masuk Citra Raya.

### 4. Harga

Harga mendapatkan bobot yang cukup besar, yaitu sebesar 0,21 karena setiap pembelian kita harus mengeluarkan sejumlah uang sesuai dengan harga yang tertera. Harga juga merupakan pemeran penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap sebuah produk. Pada faktor ini, penulis melihat bahwa adanya kemiripan harga jadi semua unggul dalam segi harga dan memperoleh *rating* yang sama.

1. Dilarang menyalin atau menjiplak seluruh atau sebagian isi laporan ini untuk tujuan komersial atau untuk dipublikasikan di media massa, elektronik, atau lainnya.  
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.





## 5. Merek

Sebuah produk pasti memiliki merek, dimana merek juga bisa menjadi nilai tambah bagi sebuah produk. pada data diatas, merek memiliki nilai bobot terendah yaitu 0,10 yang mengartikan merek hanya sebagai nilai tambah saja bagi beberapa orang. Para pesaing jauh akan lebih unggul karena mereka sudah dikenal oleh masyarakat sekitar dan juga lebih dulu dalam industri minuman ini. Sedangkan ReFresh baru di rencanakan.

## 6. Pelayanan

Pelayanan akan menjadi sangat penting untuk meningkatkan kesuksesan suatu bisnis dimana kepuasan konsumen utamanya dari faktor pelayanan karyawan terhadap konsumen. Ketika pelayanan suatu produk itu baik, tidak menutup kemungkinan para konsumen akan semakin loyal bahkan bisa mempromosikan produk kita secara gratis. Pelayanan mendapatkan nilai tertinggi yaitu 0,24. ReFresh juga sangat menjunjung tinggi terhadap kepuasan konsumen, dimana kita akan memberikan pelayanan yang terbaik dan para pesaing melalui komentar di internet, mereka memiliki karyawan yang kurang sopan terhadap konsumen.

## F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal

Lingkungan eksternal maupun internal juga harus di analisis karena akan mempengaruhi berjalannya sebuah bisnis. *SWOT is an overall evaluation of the company's strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T).* Peluang dalam sebuah bisnis terdapat pada sumber daya internal perusahaan, kemampuan, dan keadaan eksternal yang menguntungkan dapat membantu bisnis melayani kliennya dan mencapai tujuannya. Kelemahan sebuah bisnis dapat terjadi karena adanya kendala internal dan keadaan eksternal yang tidak menguntungkan



yang dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan. Peluang adalah variabel atau tren lingkungan eksternal yang menguntungkan yang mungkin dapat dimanfaatkan oleh perusahaan.

Ancaman adalah kondisi atau tren eksternal negatif yang dapat mempersulit kinerja perusahaan (Kotler & Armstrong, 2021)

Metode analisis ini bermanfaat untuk calon wirausaha supaya bisa mengetahui suatu permasalahan dari 4 sisi yang berbeda. Hasil analisis ini bisa berupa arahan maupun rekomendasi dimana bertujuan untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan suatu perusahaan. Metode ini juga tentu saja membantu para pebisnis untuk melihat sisi yang terbaik dan tak terlihat disebuah perusahaan.

*Strength* merupakan kekuatan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini dimana kekuatan ini diperlukan sebagai pembanding kekuatan yang dimiliki perusahaan dengan para pesaing. Keunggulan dan kekuatan ini bisa dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat kualitas yang lebih tinggi.

*Weakness* merupakan sebuah kondisi kelemahan sebuah organisasi atau perusahaan pada saat ini dimana kelemahan tersebut akan menjadi kendala dalam kemajuan sebuah organisasi maupun perusahaan, ketika seorang calon wirausaha bisa menganalisis kelemahannya maka hal tersebut bisa dapat di cegah. Kelemahan suatu perusahaan harus di perhatikan agar tidak membuat perusahaan kalah saing dengan para pesaing.

*Opportunities* merupakan sejumlah peluang yang ada dari sisi eksternal suatu perusahaan dimana hal tersebut bisa menjadi peluang untuk berkembangnya suatu perusahaan dimasa depan. Peluang peluang ini adalah kesempatan untuk bisa dimanfaatkan sebuah organisasi suatu perusahaan demi keberlangsungan jalannya usaha dalam jangka panjang.



*Threats* merupakan sebuah ancaman dari suatu organisasi atau perusahaan didalam menjalankan suatu usaha. Dengan menganalisis suatu ancaman, organisasi atau perusahaan

dapat mencegah atau menghadapi berbagai macam faktor yang tidak menguntungkan dimana bisa menyebabkan kemunduran sebuah usaha.

Berikut ini merupakan analisis SWOT dari ReFresh:

### 1. *Strength*

- a. Cita rasa produk berkualitas
- b. Harga terjangkau dan sesuai dengan kualitas rasa produk
- c. Lokasi yang sangat strategi karena dekat dengan jalan utama
- d. Memiliki pelayanan yang ramah dan komunikatif kepada konsumen

### 2. *Weakness*

- a. Varian produk ReFresh masih sedikit
- b. ReFresh masih belum banyak dikenal masyarakat setempat maupun luas

### 3. *Opportunity*

- a. Kemajuan teknologi memudahkan konsumen untuk membeli produk
- b. Gaya hidup masyarakat yang membuat sebuah minuman menjadi gaya hidup sehari - hari
- c. *Squash* biasanya merogoh biaya banyak dan harus di restoran mahal, sehingga masyarakat tertarik untuk mencicipi *squash* dengan rasa berkualitas dan harga yang ramah

### 4. *Threats*

- a. Bisnis minuman sangat mudah ditiru oleh para pesaing baru maupun lama
- b. Banyaknya usaha minuman

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

d. 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.



- c. Sulitnya memenuhi selera konsumen yang berubah seiring perkembangan produk minuman

© 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.

Tabel 3.3  
SWOT Analysis

<b>INTERNAL</b>	Kekuatan ( <i>Strength</i> ) (S)	Kelemahan ( <i>Weakness</i> ) (W)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Cita rasa produk berkualitas</li> <li>2. Harga yang terjangkau</li> <li>3. Lokasi yang strategis</li> <li>4. Pelayanan yang terbaik untuk konsumen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Varian Produk yang kurang variatif</li> <li>2. Kurang terkenalnya brand ReFresh pada masyarakat dikarenakan pendatang baru</li> </ul>
<b>EXTERNAL</b>	Peluang ( <i>Opportunity</i> ) (O)	Strategi SO
		Strategi WO



<p>1. Berkembangnya kemajuan teknologi untuk memudahkan konsumen untuk membeli produk</p> <p>2. Gaya hidup masyarakat yang membuat sebuah minuman menjadi gaya hidup sehari - hari</p> <p>3. <i>Squash</i> biasanya merogoh biaya banyak dan harus di restoran mahal, sehingga masyarakat tertarik untuk mencicipi <i>squash</i> dengan rasa berkualitas dan harga yang relatif murah</p>	<p>1. Memberikan banyak promo serta membuat <i>event</i> yang menarik kepada pelanggan yang sudah mengikuti sosial media ReFresh (S2, S4, O1)</p> <p>2. Mempertahankan dan menjaga cita rasa produk ReFresh sebagai produk minuman <i>squash</i> yang terbaik dan murah (S1,S2, O2, O3)</p> <p>3. Memberikan berbagai layanan jenis pembayaran elektronik (<i>cashless</i>) seperti GoPay, ShopeePay dan OVO, DANA, QRIS (S4, O1)</p> <p>4. Menciptakan lokasi</p>	<p>1. Menyediakan lebih banyak varian menu yang tentunya tetap praktis dan bersih (W1, O2)</p> <p>2. Melakukan banyak promosi lewat sosial media dengan melakukan <i>endorsement</i> lewat para <i>influencer</i> kuliner dan <i>food blogger</i>(W2, O1)</p> <p>3. Mengadakan interaksi kepada pelanggan setia dengan membuat memberikan edukasi tentang ReFresh di beberapa platform sosial media(W2,</p>
---	--	---



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Penutipan 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.</p>	<p>lingkungan area <i>store</i> selalu bersih dan membuat tempat <i>outdoor</i> dan <i>indoor</i> (S3, O2)</p>	<p>O1, O3)</p>
<p>Ancaman (<i>Threats</i>) (T)</p>	<p>Strategi ST</p>	<p>Strategi WT</p>
<p>1. Bisnis minuman sangat mudah ditiru oleh para pesaing baru maupun lama 2. Banyaknya usaha minuman 3. Sulitnya memenuhi selera konsumen yang berubah seiring perkembangan produk minuman</p>	<p>1. Menginovasi perkembangan selera masyarakat terhadap kuliner yang sedang viral (S1, T2, T3) 2. Membuat menu khusus setiap seminggu sekali, supaya tidak bosan dengan rasa yang lama (S1, S4, T3) 3. Menjaga konsistensi keunikan produk dan fasilitas layanan baik</p>	<p>1. Memberikan pelatihan pekerja agar para pekerja diberikan kesempatan untuk membantu menuangkan ide dalam inovasi varian baru (W1, T3) 2. Menginovasi banyak varian produk agar</p>



<p>untuk konsumen dan lingkungan sekitar (S3, S4, T3)</p>	<p>mempunyai keunikan dengan mempertahankan ciri khas ReFresh. (W1, T1, T2)</p> <p>3. Mempromosikan produk dengan <i>social media marketing</i> agar dapat bersaing dengan para pesaing (W2, T1, T2)</p>
---	--

**© 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. Penulisan 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 : data diolah oleh ReFresh 2023