



BAB III

ANALISIS INDUSTRI PESAING

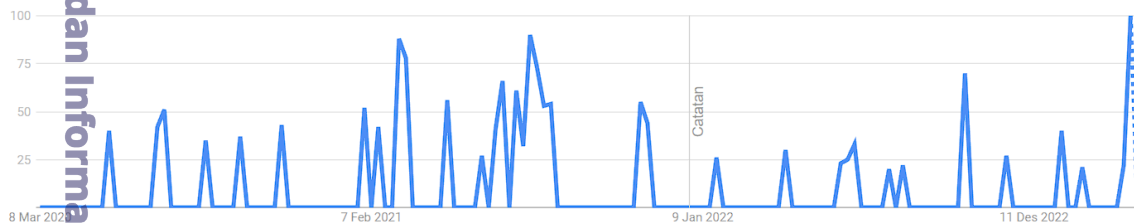


Hak cipta milik IBI KKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Data tren dan pertumbuhan industri tentu diperlukan bagi pebisnis untuk menganalisa pada industri yang dijalankan, khususnya pada bidang *food and beverages* yaitu makanan sehat “*Guiltless Friday*”. Tren makanan sehat sedang berkembang di Indonesia saat ini, karena masyarakat mulai sadar atau peduli mengenai kesehatan masing-masing. Ditambahnya lagi perkembangan era digital, menurut data dari <https://store.sirclo.com/> masyarakat beralih sebanyak 17,5% masyarakat berpindah dari belanja *offline* ke *online*. Peningkatan belanja *online* dapat dikatakan cukup besar dari 11% hingga menjadi 25% di tahun 2021. Dan pada tahun 2022 dari 43,25% responden, sebanyak 33,7% mengakui frekuensi belanja mereka meningkat, dan sisanya mengatakan bahwa jarang belanja *online*. Menurut penelitian oleh Research dan Markets, pasar Indonesia berpotensi tumbuh sebanyak 19,1%. Ditambahnya lagi berdasarkan Google Trends, tren makanan sehat memuncak pada tahun 2021 meskipun mengalami penurunan pada tahun 2022. Namun tren makanan sehat kembali muncul pada awal tahun 2023.

Gambar 3.1
Trend Makanan Sehat



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

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



3.2 Analisis Pesaing

Analisis pesaing merupakan suatu riset dalam mengidentifikasi ancaman dan peluang yang ada dari kompetitor, Pesaing yang dimaksud adalah penjual yang menghasilkan barang atau jasa yang sama maupun mirip dengan produk yang ditawarkan.

Tujuan melakukan analisis pesaing yaitu membantu langkah penjual untuk bersaing dalam penjualan produk, berikut merupakan langkah-langkah dalam menganalisis pesaing:

a. Kualitas produk yang ditawarkan

Mengidentifikasi secara lengkap dan benar produk yang dimiliki oleh pesaing, dan juga melakukan identifikasi pesaing utama terdekat yang berpotensi sebagai ancaman

b. Identifikasi peluang dan ancaman

Mengidentifikasi peluang dan ancaman dalam lingkungan sekitar yang dapat dimanfaatkan dalam sebuah usaha ataupun sebagai hal yang harus dihindari, seperti keadaan ekonomi sekarang ataupun daya beli masyarakat.

c. Identifikasi keunggulan dan kelemahan

Mengidentifikasi kelemahan dan keunggulan pesaing, misalnya dalam kelengkapan produk, mutu, kemasan, harga, distribusi, dan promosi.

Dengan langkah-langkah identifikasi tersebut, terdapat beberapa pesaing potensial yang menawarkan produk sejenis dengan produk yang dijual *Guiltless Friday*.

Berikut adalah daftar pesaing yang memiliki kemungkinan besar bertemu di pasar.



Tabel 3.1
Data Pesaing *Guiltless Friday*

No	Pesaing	Alamat	Kekuatan	Kelemahan
1	Ladang Lima	Tokopedia & Shopee	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brand sudah dikenal 2. Memiliki 6 lini produk 3. Mengadakan event offline 4. Memiliki promo dan diskon 5. Memiliki toko fisik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga cenderung mahal untuk lini kue
2	Luckybite	Tokopedia & Shopee	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki promo dan diskon 2. Gratis ongkir 3. Brand sudah dikenal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hanya menggunakan Platform shopee dan Tokopedia 2. Pengiriman hanya menggunakan sicepat dan antaraja

Sumber: *Guiltless Friday*

Berdasarkan data pesaing tabel 3.1, maka *Guiltless Friday* akan beradaptasi dari sisi kekuatan toko-toko pesaing dengan menawarkan lebih banyak kurir pengiriman, melengkapi variasi lini produk, dan menawarkan promo-promo menarik seperti diskon. Beberapa kelemahan dari kompetitor menjadi ketertarikan yang dimana dapat dijadikan sebuah peluang bagi usaha, diantaranya yaitu hanya menggunakan satu atau dua platform dan harga yang relatif mahal. Karena itu penjualan harus menggunakan *E-commerce* sebanyak mungkin agar dapat memperluas pasar, dan menawarkan harga yang terjangkau agar kompetitif dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.

3.3 Analisis Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal

Analisis PESTEL (Political, Economic, Social, Technology, Environment, dan Legal) adalah sebuah analisis untuk dapat menentukan dan mempelajari tentang faktor yang dapat mempengaruhi bisnis dimasa sekarang maupun masa yang akan datang atau dapat dikatakan sebagai analisis peluang dan ancaman. Selain itu analisis PESTEL juga dapat memberikan pandangan baru mengenai lingkungan makro dari berbagai sudut pandang dalam perencanaan bisnis. Analisis PESTEL sendiri cukup fleksibel sehingga organisasi dapat menggunakannya dalam situasi yang berbeda-beda. Dengan analisis PESTEL yang digunakan, sebuah organisasi berharap untuk dapat melihat dengan baik Ketika melakukan riset pasar.

Analisis PESTEL terbagi menjadi 6 yaitu Politic, Economic, Social, Technology, Environment, dan Legal. Berikut hasil analisis PESTEL dari *Guiltless Friday*:

a. Politik (Polic)

Faktor politik bisa dijadikan sebagai peluang dan juga ancaman bagi suatu usaha. Perubahan situasi politik bisa dirasakan secara cepat jika suatu usaha bergantung kepada kontrak yang semuanya mengikuti dan bergantung pada kebijakan politik pemerintahan. Kebijakan politik berdampak pada perekonomian negara, maka *Guiltless Friday* akan merasakan dampak dari kebijakan tersebut. Pada saat ini pelaku UMKM mendapatkan kemudahan dari pemerintah untuk mengembangkan bisnis seperti pengeluaran yang dikeluarkan pemerintah melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang diupayakan untuk memperkuat modal usaha dalam rangka pengembangan riil dan pemberdayaan UMKM. Maka dari itu *Guiltless Friday* faktor politik merupakan sebuah peluang bagi *Guiltless Friday* dalam mengembangkan usaha.

b. Ekonomi (Economic)





Faktor ekonomi mempengaruhi daya beli masyarakat, karena meliputi pertumbuhan ekonomi, nilai tukar, tingkat inflasi, suku bunga, dan pendapatan konsumen. Misalnya adanya kenaikan suku mata uang, hal tersebut mempengaruhi keputusan pemilik usaha untuk menetapkan harga ataupun strategi bisnis. Keadaan ekonomi Indonesia saat ini sedang mengalami pemulihan akibat dari pandemi Covid-19 yang berdampak sangat besar bagi pelaku ekonomi. Dorongan pemulihan ekonomi dikarenakan Covid-19 yang semakin menurun dan proses vaksinasi yang terus berjalan sehingga masyarakat dapat melakukan aktivitas seperti semula dan kegiatan ekonomi terus berjalan.

Pemulihan ekonomi Indonesia juga didukung oleh data dari <https://www.majalahglobalreview.com> yang mengatakan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan 3 2022 yaitu sebesar 5,72% yang berarti perekonomian Indonesia kembali normal dan bertumbuh. Keadaan ini sangat menguntungkan bagi *Guiltless Friday* karena meningkatkan daya beli masyarakat. Ditambahnya lagi pemerintah mendukung peminjaman kredit modal kerja yang berguna untuk mendorong UMKM agar melakukan aktivitas kembali secara maksimal.

Gambar 3.2
Pertumbuhan Ekonomi Indonesia



Sumber: <https://www.majalahglobalreview.com>

Maka dari itu pengaruh faktor ekonomi terhadap *Guiltless Friday* dapat dikatakan menguntungkan karena ekonomi di Indonesia sudah pulih dari pandemi Covid-19,

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

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencahkan 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

dan membuat daya beli masyarakat meningkat pertahunnya. Dan merupakan sebuah peluang bagi *Guiltless Friday* karena daya beli masyarakat telah stabil.

c. Sosial (Social)

Faktor sosial merupakan salah satu faktor yang berdampak bagi keberlangsungan bisnis atau usaha. Di mana, keadaan sosial memengaruhi kegiatan perekonomian disuatu negara. Dengan melihat pertumbuhan penduduk di Indonesia yang tinggi, membuat tingkat konsumsi yang meningkat. Produk dapat dikonsumsi oleh semua kalangan usia ataupun kelamin. Sehingga segmentasi pasar *Guiltless Friday* sangat luas karena menjangkau ke semua kalangan, namun *Guiltless Friday* akan berusaha menargetkan kepada usia yang dapat dikatakan produktif karena pada usia tersebut mempunyai pekerjaan atau dapat dikatakan sudah berpenghasilan yang dimana sebagai salah satu.

Gambar 3.3
Jumlah Penduduk 2020



Sumber: <https://setkab.go.id/>

Menurut data yang diambil dari <https://setkab.go.id/> penduduk di Indonesia berjumlah 270,20 jiwa dengan laju pertumbuhan sebesar 1,25% dan mayoritas penduduk merupakan usia produktif sekitar 70,72%. Dengan adanya jumlah penduduk yang banyak dan terus meningkat, maka hal ini merupakan sebuah peluang bagi *Guiltless Friday* karena semakin banyaknya populitas penduduk untuk membeli produk.

d. Teknologi (Technology)





Kegunaan dari teknologi adalah memudahkan aktivitas masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi dapat dilihat dari sisi positif maupun negatif, dampak positif dari teknologi adalah sebuah kesempatan bagi pelaku usaha. Salah satu perkembangan teknologi hingga kini yaitu belanja menggunakan *smartphone*. Maka dari itu banyak dari masyarakat dapat menjadi pelaku usaha dengan memodalkan *smartphone* dan juga jaringan internet. Kini masyarakat dapat berjualan secara *online* melalui lapak seperti Tokopedia, Shopee, Blibli, dan masih banyak yang lainnya.

Selain itu perubahannya pemasaran konvensional ke pemasaran modern atau digital, akan lebih menguntungkan dan lebih efisien karena dorongan generasi milenial yang mengerti teknologi. Dimana menggunakan pemasaran digital akan lebih efisien karena tidak memerlukan biaya renovasi yang besar dan karyawan yang banyak untuk menjalankan usaha. Berkembangnya teknologi di Indonesia merupakan sebuah peluang bagi *Guiltless Friday* karena dapat menggunakan layanan *E-commerce* dan sosial media untuk memudahkan jangkauan ke masyarakat luas, dapat dikatakan bahwa faktor teknologi merupakan sebuah peluang karena mempermudah penjualan yang merupakan transaksi online dan juga menghemat biaya ekstra sehingga tidak memerlukan toko fisik.

e. Lingkungan (Environment)

Faktor lingkungan merupakan faktor yang penting harus dipahami, untuk mengetahui kondisi lingkungan dan sekitarnya. Tujuannya untuk memastikan apa yang dibutuhkan konsumen saat ini. Salah satu cara untuk mengetahui trend market yang sedang dibahas oleh para konsumen yaitu melalui sosial media, sehingga memberikan keuntungan barang dan barang yang dijual untuk mendapatkan cashflow. Trend pada saat ini yaitu makanan dan minuman *less sugar*, trend tersebut diambil berdasarkan sumber <https://www.suara.com/lifestyle/> yang mengatakan sudah menjadi lifestyle dan akan semakin meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor lingkungan merupakan



peluang bagi *Guiltless Friday* karena meningkatnya peminat makanan dan minuman rendah gula, sehingga membuat produk *Guiltless Friday* diterima oleh masyarakat.

f. Legal

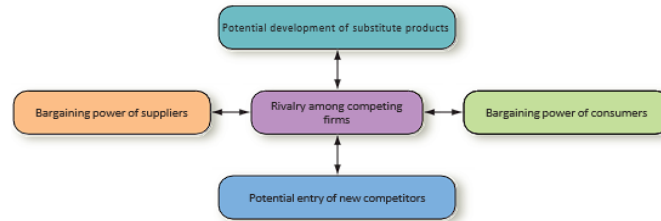
Faktor legal memiliki kemiripan dengan politik, tetapi faktor legal lebih spesifik kepada undang-undang. Misalnya undang-undang mengenai hak cipta, dimana pelaku usaha harus mengetahui barang apa yang legal dan tidak legal agar promosi berjualan berjalan sesuai dengan harapan. Barang yang legal merupakan sebuah kekuatan dalam sebuah usaha mengenai peredarannya. Maka dari itu *Guiltless Friday* sebuah bisnis bergerak dibidang makanan tentunya harus memiliki sertifikat Halal dari BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) dari Kementerian Agama. Berikutnya, *Guiltless Friday* harus memiliki OSS RBA (*Online Single Submission Risk Based Approach*) yang merupakan izin usaha bisnis *online*. Kemudian harus memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), NIB (Nomor Induk Berusaha), dan BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan) agar produk yang dipasarkan atau dijual, agar produk *Guiltless Friday* terbukti halal dan mendapatkan izin secara resmi, sekaligus mendapatkan kepercayaan dari konsumen karena layak dikonsumsi. Sehingga dapat disimpulkan faktor legal merupakan sebuah peluang bagi *Guiltless Friday* karena memudahkan izin usaha yang berdampak kepada kepercayaan konsumen terhadap brand.

3.4 Analisis pesaing (Porter's Five Force Business Model)

Persaingan dalam bisnis secara tidak langsung membuat penjual berlomba-lomba untuk bersaing dengan kualitas dan harga yang terbaik. Agar memberikan keuntungan bagi konsumen ketersediaannya barang dan juga variasi produk menarik, serta memberikan dampak bagi pertumbuhan ekonomi. Hal ini dibutuhkan UMKM dengan cara melihat intensitas keuntungan dan kekuatan industri yaitu Porter's Five Forces Business Model. Dengan adanya Model

tersebut terbentuklah pandangan industri atau pasar yang mempehatikan faktor eksternal dalam melihat keunggulan. Karena faktor utama yang mempengaruhi kinerja dalam bisnis adalah kekuatan industri dalam bersaing.

Gambar 3.4
Lima Kekuatan Persaingan Model Porter



Sumber: Fred R. David dan Forest R. David (2017:229), *Strategic Management*

a. Persaingan antar perusahaan yang ada (competitive Rivalry): Tinggi

Competitive Rivalry adalah kompetitor yang bergerak di industri dengan produk sejenis, yang bersaing dengan memperebutkan pasar yang sama. Kondisi tersebut meliputi harga, kualitas produk, pelayanan, dan penilaian tersendiri untuk konsumen. Biasanya konsumen akan mencari produk dan pelayanan yang lebih baik ataupun harga yang lebih rendah. Sebaliknya jika ada persaingan maka tidak akan adanya kompetitor dalam industri, maka harga produk akan cenderung tinggi dan mempunyai kekuatan yang besar dalam menguasai pasar. Tingkat pesaingan *Gultless Friday* dapat dikatakan cukup tinggi karena penjual *E-commerce* dan sosial media yang cukup banyak, karena dari itu harus adanya inovasi dan kreatifitas untuk membuat iklan agar menarik konsumen. Sekaligus bersaing dengan kompetitor lain. Dapat disimpulkan bahwa faktor competitive rivalry merupakan sebuah ancaman karena kompetitor yang banyak.

b. Ancaman Pendatang Baru (Threat of New Entrants): Tinggi

Dalam dunia bisnis akan selalu bergerak dinamis, usaha yang gagal ataupun berhenti akan ada persaingan, tetapi pembisnis baru akan terus merakaikan pasar. Dalam hal ini pemilik





usaha harus bijak dalam menghadapi pendatang baru yang berkemungkinan untuk mengambil konsumen lama

Para pendatang baru dapat menjadi kompetitor yang efektif dalam memasuki pasar industri dengan mengeluarkan modal dan usaha yang sedikit. Hal tersebut memberikan ancaman terhadap pengusaha, faktor tersebut merupakan salah satu kekuatan bisnis yang harus dianalisa agar pengusaha dapat memasikan tingkat produknya di pasat tidak dapat diganggu oleh pendatang baru. Agar tetap bersaing maka suatu usaha harus memiliki suatu keunikan diantaranya yaitu memberikan produk yang bervairasi dan sistem layanan kurir yang beragam agar sampai ke tempat tujuan.

Ancaman baru bagi *Guiltless Friday* tergolong cukup tinggi, karena untuk mendirikan usaha online tidak harus memiliki modal yang besar. Para pendatang baru dapat memproduksi produk-produk di rumah tangga maupun kerja sama dropshipping dengan pesaing yang ada, sehingga kemungkinan besar pendatang baru dalam industri tersebut. Maka dari itu faktor *Threat of New Entrants* merupakan sebuah ancaman bagi perusahaan karena mudahnya untuk membuka usaha *online*.

Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*): Rendah

Dalam berdagang pastinya tidak akan lepas dari input barang atau jasa sebagai suatu bahan baku dalam proses jual beli. Dengan itu pemasok berperan penting dan dapat memberikan dampak pada kekuatan kompetitif bisnis.

Pemasok dapat menggunakan tawar menawar yang ada dalam konsumen dengan menaikan harga atau menurunkan kualitas produk yang dibeli. Pemilik berusaha memperoleh pemasok dengan harga yang murah dan memiliki kualitas produk yang baik, oleh karena itu *Guiltless Friday* memilih bahan bakunya dari supplier-supplier yang terpecaya dan mempunyai reputasi yang baik. Agar mampu bersaing dengan para pesaing lainnya.

Institut Bisnis Informatika Kwik Kian Gie

Ha Cipta Dilih Pngi: ndang Undang

1. Dilarang menutip atau seluruh karya tulis ini tanpa pencahuan 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.



Kekuatan tawar menawar pada pemasok *Guiltless Friday* dapat dikatakan rendah karena memiliki banyak pemasok sehingga banyak pilihan untuk dapat memperoleh barang yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Dapat disimpulkan bahwa faktor *Bargaining Power of Suppliers* *Guiltless Friday* merupakan sebuah peluang karena banyak pemasok lainnya yang menawarkan bahan baku yang berkualitas dengan harga yang sama atau lebih murah.

d. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (*Bargaining Power of Customers*): Rendah

Salah satu faktor penting dalam kesuksesan berbisnis yaitu menjaga daya tawar menawar pelanggan. Semakin banyak pelanggan maka daya kekuatan pemilik usaha akan semakin besar. Basis pelanggan yang besar membuat dampak pada tingkat harga output menjadi lebih rendah, sebaliknya jika basis pelanggan kecil maka akan cenderung mempunyai kekuatan untuk mengendalikan harga.

Selain itu pemilik juga harus mengetahui loyalitas pelanggannya dalam membeli produk dan kemungkinan pindah competitor. Sehingga pemilik dapat melakukan analisis kekuatan pelanggan terhadap dengan harga produk yang diberikan. Kekuatan tawar menawar pada *Guiltless Friday* termasuk rendah, harga jual yang ada di *E-commerce* tidak berubah kecuali adanya promosi. Sehingga *Guiltless Friday* mendapatkan keuntungan dari *platform E-commerce*. Dapat disimpulkan bahwa faktor *Bargaining Power of Customers* merupakan sebuah peluang karena harga yang sudah ditetapkan di *e-commerce* merupakan harga tetap dan akan diadakannya promosi pada hari tertentu untuk pelanggan .

e. Ancaman Produk Substitusi (*Threat of Substitutes*): Tinggi

Pemilik harus memperhatikan pada competitor dalam industri pasar melainkan harus mengerti dengan kehadiran competitor yang mampu membuat produk sebagai penggantinya. Produk yang menggantikan suatu barang dalam industri akan menjadi ancaman bagi pemilik, jika tidak memiliki produk yang serupa dengan substitusi maka tingkat kekuatan bisnis akan menjadi rendah.



Persaingan dalam produk yang dihasilkan perusahaan tidak hanya berasal dari bisnis yang memproduksi produk serupa atau sama untuk bersaing secara langsung (*direct competition*), ada juga berasal dari bisnis yang memiliki fungsi yang sama dengan produk yang dijual pemilik. Produk itu dapat dikatakan produk substitusi (*substitute product*)

Ancaman pada produk substitusi dalam usaha *Guiltless Friday* dapat dikatakan tinggi karena makanan sehat mudah dijumpai dan dibuat, maka dari itu *Guiltless Friday* harus memberikan kesan positif dan kualitas layanan yang baik. Serta terus berinovasi produk sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar. Sehingga merupakan factor ancaman bagi *Guiltless Friday* karena mudah untuk mereplikasikan makanan.

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

Menurut David (2017:236), "*The Competitive Profile Matrix identifies a firm's major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm's strategic position*"

Yang memiliki arti CPM adalah manajemen strategis merupakan hal yang penting dalam membandingkan perusahaan dengan para pesaing dalam sebuah industri, karena analisis CPM mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

CPM adalah kegiatan untuk menganalisa aktifitas kerja dalam mengoptimalkan biaya total melalui pengurangan waktu dalam penyelesaian masalah yang bersangkutan. Analisis ini tidak jauh berbeda dengan analisis PESTEL, perbedaannya jika PESTEL menggunakan *activity oriented* sedangkan CPM menggunakan *event oriented*.

Activity oriented berfokus pada aktivitas kerja dengan beberapa keterangan aktivitasnya, sedangkan *event oriented* berfokus pada peristiwa yang terjadi dan merupakan pokok perhatian dari suatu aktivitas. Langkah-langkah yang penting untuk melakukan dan dapat mempengaruhi kesuksesan dalam bisnis. Selanjutnya akan diberi peringkat pada setiap faktor, 4 = *Major Strength* (kekuatan utama) , 3 = *Minor Strength* (kekuatan kecil), 2 = *Minor Weakness*

Hak Cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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

(kelemahan kecil), 1 = *Major Weakness* (kelemahan utama). Kemudian hasil tersebut akan dihitung dengan dikalikan dengan bobot yang sudah ditentukan dan hasilnya akan menunjukkan apakah bisnis tersebut mampu bersaing atau tidak. Semakin tinggi angka yang dihasilkan maka akan semakin tinggi juga kekuatan dari bisnis dan sebaliknya jika mendapatkan hasil yang rendah maka bisnis tersebut memiliki kelemahan di industri pasar.

Tabel 3.2
Competitive Profile Matrix *Guiltless Friday*

<i>Critical Success Factor</i>	Bobot	<i>Guiltless Friday</i>		Ladang Lima		Lucky Bite	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Reputasi atau Rating Toko	0,283	1	0,283	4	1,132	3	0,849
Kualitas Bahan Baku	0,199	4	0,796	3	0,597	3	0,597
Harga	0,167	4	0,668	2	0,334	3	0,501
Jumlah Variasi Produk	0,117	3	0,351	4	0,468	2	0,234
Promosi Produk	0,117	4	0,468	2	0,234	3	0,351
Kualitas Layanan	0,117	3	0,351	3	0,351	3	0,351
Total	1		2,917		3,116		2,883

Sumber: *Guiltless Friday*

Hasil analisis CPM yang lebih rendah bukanlah faktor utama dalam menentukan apakah suatu perusahaan lebih buruk dari para pesaingnya, karena angka-angka dalam perincian CPM hanya menggambarkan bahwa setiap perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan yang berbeda

a. Reputasi atau rating produk

Reputasi produk adalah hasil yang tertinggi menurut kuisisioner. Dengan jumlah bobot 0,283, faktor reputasi sangat mempengaruhi pembelian produk kue kering namun ulasan





Guiltless Friday merupakan menjadi kelemahan, karena merupakan bisnis baru yang belum memiliki alasan produk

b. Kualitas bahan baku

Faktor kualitas produk menempati posisi kedua paling penting dalam pembelian produk.

Dengan bobot 0,199. Dengan menggunakan bahan baku yang terbaik maka tentunya akan menjadi strategi utama *Guiltless Friday* dalam bersaing dalam industry.

c. Harga

Berdasarkan hasil kuisiner harga berada pada posisi ketiga setelah kualitas bahan baku.

Faktor harga akan ditetapkan pada *Guiltless Friday* untuk mamou bersaing di pasar, hal ini dapat dilihat dari skor yang dihasilkan *Guiltless Friday* dengan dua pesaing lainnya dalam menunjukkan persaingan harga dengan bobot 0,167.

d. Variasi Produk

Hasil dari kuisiner dari jumlah variasi produk yaitu berbobot 0,117. Faktor variasi produk merupakan salah satu yang keputusan konsumen karena ketersediaan barang yang banyak dan bervariasi.

e. Promosi Produk

Hasil yang didapat dari kuisiner pada promosi produk yaitu berbobot 0,117. Faktor ini merupakan salah satu yang penting karena merupakan strategi bisnis dalam mempromosikan produknya ke pasar.

f. Kualitas layanan

Berdasarkan hasil kuisiner kualitas layanan merupakan bobot terendah dibandingkan factor lain yaitu berbobot 0,117. Yang berarti factor layanan merupakan pilihan yang minim diperhatikan menurut kuisiner. Namun *Guiltless Friday* akan memberikan layanan yang terbaik sebagai keunggulan dan pembeda dari pesaing lainnya.

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analisis)

1. Dilarang menyalin atau menjiplak bagian 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.

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



Menurut Kotler dan Armstrong (2018:80), “*An overall evaluation of the company’s strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T)*”.

Artinya evaluasi menyeluruh terhadap kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), ancaman

(T). Analisis SWOT mengidentifikasi faktor internal maupun faktor eksternal secara sistematis untuk merencanakan strategi apa yang tepat diterapkan dalam sebuah perusahaan.

Tujuan perusahaan melakukan analisis SWOT adalah untuk memahami dan mengerti kondisi suatu bisnis diantaranya sebagai berikut:

a. Memudahkan pemetaan faktor-faktor penting yang ada di sebuah rencana atau strategi.

Dengan ini pemilik dapat mengetahui faktor-faktor internal yang ada di perusahaan sekaligus mengetahui faktor-faktor eksternal yang ada diluar perusahaan.

b. Dapat mengetahui potensi-potensi pemicu permasalahan yang berupa kekurangan maupun ancaman, oleh karena itu dengan analisis ini dapat memudahkan pemilik dalam melihat kemungkinan masalah yang akan datang.

c. Dapat menganalisis bisnis kompetitor agar dapat menyaingi dan mengalahkannya dalam persaingan secara nyata di industri pasar.

d. Memudahkan pengambilan keputusan dengan perencanaan strategi dan penyelesaian masalah

Dapat diartikan bahwa Analisa SWOT merupakan metode perencanaan suatu strategi dengan memahami komponen dari adanya analisis SWOT

a. *Strengths (S)*

Strengths menggambarkan kekuatan yang dimiliki untuk menganalisis penjualan, keuangan pemasaran, penelitian dan pengembangan produk untuk menunjukkan keunikan dan

kekuatan dari suatu bisnis. Pembisnis harus mampu menilai dan melihat faktor yang menjadi kekuatan dalam bisnis.

b. *Weaknesses (W)*

Hal yang harus dilihat dan dianalisis dalam faktor *weaknesses* adalah faktor yang masih membutuhkan peningkatan, hal yang harus dihindari, kekurangan yang dirasakan konsumen, faktor yang dapat menghilangkan penjualan, dan apa yang sedang kompetitor lakukan untuk menjadi lebih baik.

c. *Opportunities (O)*

Analisis peluang ini dibentuk pada awal mendirikan bisnis, peluang mengukur elemen pasar yang menarik. Peluang merupakan hasil dari pendapatan atau pertumbuhan pasar, perubahan persepsi pasar, solusi untuk kesulitan pasar yang sedang dihadapi.

d. *Threats (T)*

Ancaman menunjukkan faktor yang dapat membahayakan bagi strategi bisnis yang sudah berjalan dan juga menjadi faktor penentu untuk dapat bertahan di industri pasar. Unsur ancaman dapat berupa pesaing potensial, kelangkaan sumber daya, daya beli masyarakat menurun dan sebagainya.





Tabel 3.3
Analisis SWOT *Guiltless Friday*

Strengths	Weaknesses
<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan kompetitif 2. Kualitas bahan baku yang terjamin 3. Pemasaran yang menjangkau masyarakat luas 4. Memiliki pelayanan yang baik 5. Mempunyai banyak varian produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Brand</i> belum dikenal masyarakat luas dan ulasan produk yang belum ada
Opportunities	Threats
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengguna <i>E-commerce</i> yang meningkat 2. Perkembangan teknologi secara cepat yang membantu dalam pengembangan bisnis 3. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat 4. Kemudahan untuk mendapatkan pinjaman kredit 5. Daya beli masyarakat yang stabil 6. Peninat Masyarakat makanan dan minuman rendah gula yang naik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing baru yang potensial 2. Adanya produk substitusi 3. Persaingan yang tinggi

Sumber: *Guiltless Friday*

Matriks SWOT digunakan untuk Menyusun faktor-faktor strategi bisnis. Dengan matriks ini dapat menggambarkan besarnya peluang dan ancaman yang sedang hidapai dengan menyesuaikan kekuatan dan kelemahan. Matriks ini akan menghasilkan empat kemungkinan strategi yang akan terbentuk.

a. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mendapatkan peluang sebesar-besarnya

b. Strategi ST (*Strengths-Threats*), menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi adanya ancaman

c. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang

d. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*), meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman

© Hak Cipta IBI Kwik Kian Gie | Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menjiptakan atau menjiptakan ulang sebagian atau seluruhnya 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.



Tabel 3.4
Matriks SWOT *Guiltless Friday*

<p>Internal</p>	<p>Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan kompetitif 2. Kualitas bahan baku yang terjamin 3. Pemasaran yang menjangkau masyarakat luas 4. Memiliki pelayanan yang baik 5. Mempunyai banyak varian produk 	<p>Weaknesses (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Brand belum dikenal masyarakat luas dan ulasan produk yang belum ada
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengguna <i>E-commerce</i> yang meningkat 2. Perkembangan teknologi secara cepat yang membantu dalam pengembangan bisnis 3. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat 4. Kemudahan untuk mendapatkan pinjaman kredit 5. Daya beli masyarakat yang stabil 6. Peminat Masyarakat makanan dan minuman rendah gula yang naik 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menawarkan promo yang menarik dengan memanfaatkan teknologi (S1, O1,O2,O5) 2. Mampu memberikan pelayanan yang cepat tanggap dalam persaingan seperti dengan menggunakan kemajuan teknologi (S4, O2) 3. Memberikan awareness terhadap masyarakat terkait manfaat produk (S2, O3,O6) 4. Penggunaan <i>E-commerce</i> untuk memudahkan proses jual beli dengan mudah, sehingga kemudahan masyarakat dalam mendapatkan barang dapat diperoleh (S3, O1, S5,O2,O5) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan pemasaran digital dalam membangun <i>brand</i> (W1,O2,) 2. Meminjam kredit untuk keperluan melakukan promosi atau kampanye untuk meningkatkan nama brand, jika modal tidak mendukung (O4,W1)
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing baru yang potensial 2. Adanya produk substitusi 3. Persaingan yang tinggi 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan promo menarik dan inovasi untuk memenangkan persaingan (S1, S5, T1, T2,T3) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerja sama dengan Tokopedia, Shopee dalam mempromosikan nama brand atau layanan online lainnya (W1, T2)

Sumber: *Guiltless Friday*



Keterangan Matriks SWOT:

Strategi S-O

1. Menawarkan promo yang menarik dengan memanfaatkan teknologi (S1, O1,O2,O5)

Menawarkan promosi berupa potongan harga dengan memanfaatkan *flashsales* yang dimana produk akan muncul di halaman utama *e-commerce* dengan tujuan menarik konsumen untuk melihat produk sekaligus membelinya.

2. Mampu memberikan pelayanan yang cepat tanggap dalam persaingan seperti dengan menggunakan kemajuan teknologi (S4, O2)

Memberikan respon yang cepat jika konsumen bertanya mengenai informasi mengenai produk kepada admin serta memprioritas proses pengiriman produk, agar mempercepat keputusan pembelian dan mendapatkan kepuasan konsumen.

3. Memberikan awareness terhadap masyarakat terkait manfaat produk (S2, O3,O6)

Menggunakan Instagram ads, Tiktok ads, facebook ads, dan juga iklan Youtube, mengenai manfaat produk *Guiltless Friday* yaitu kaya akan serat, rendah kalori, dan tinggi protein. Dengan tujuan membuat masyarakat sadar dengan keunggulan produk.

4. Penggunaan pemasaran *E-commerce* untuk memudahkan proses jual beli dengan mudah, sehingga kemudahan masyarakat dalam mendapatkan barang dapat diperoleh (S3, O1, S5,O2,O5)

Fokus menggunakan platform *E-commerce* untuk bertransaksi jual beli, karena dengan menggunakan *E-commerce* masyarakat tidak perlu ke mana-mana tetapi hanya dengan menggunakan smartphone mereka untuk melihat produk yang diinginkan, dan hanya menunggu sampai produk tersebut tiba di rumah.

Strategi S-T

1. Memberikan promo menarik dan inovasi untuk memenangkan persaingan (S1, S5, T1, T2,T3)



Mengikuti kegiatan promosi pada hari raya tertentu, seperti *hari raya sales*, *christmas sales*, *new year sales* dengan menawarkan promo seperti buy 3 get 1, atau potongan harga pada setiap hari raya tersebut. Selain itu *Guiltless Friday* akan mengeluarkan varian baru dan lini produk baru untuk secara jangka panjang untuk menyaingi pesaing yang ada, serta konsumen akan mendapatkan variasi produk yang lebih luas.

Strategi W-O

1. Menggunakan pemasaran digital dalam membangun brand (W1,O2,)

Media sosial merupakan sarana digital yang digunakan untuk melakukan promosi brand, contohnya yaitu Instagram, Tiktok dan Youtube. Media sosial ini digunakan untuk melakukan promosi agar konsumen dapat melihat dan menjangkau informasi serta produk *Guiltless Friday* dengan mudah. Selain itu, promosi melalui media sosial tidak memerlukan biaya yang cukup tinggi. Serta melakukan promosi pada *e-commerce* yaitu tokopedia ads dan iklan shopee.

2. Meminjam kredit untuk keperluan melakukan promosi atau kampanye untuk meingkatkan nama brand, jika modal tidak mendukung (O4,W1)

Jika *Guiltless Friday* ingin membeli sebuah peralatan atau renovasi tempat produksi dan kas tidak mendukung. Maka dapat juga meminjam kredit kepada pemerintah, dengan mengikuti program dari pemerintah yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Strategi W-T

1. Bekerja sama dengan Tokopedia, Shopee mempromosikan nama brand atau layanan online lainnya (W1,T2)

Bekerja sama dengan platform *E-commerce* dalam menampilkan *highlight* produk dan toko di *homepage* dimana untuk mendapatkan perhatian para pengguna terhadap produk dan harga yang ditawarkan. Serta bekerja sama dalam hal penggunaan ongkir gratis kepada konsumen untuk mendapatkan kepuasan dalam belanja di *Guiltless Friday*.

Hak cipta dilindungi undang-undang. Penyalinan atau penjiplakan tanpa izin IBIKKG. Bismillah dan informasi Kwik Kian Gie. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

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