

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

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

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sektor kuliner memberikan kontribusi yang besar dalam persentase keseluruhan sektor ekonomi kreatif, yang menunjukkan bahwa selain mempengaruhi ekonomi secara keseluruhan, sektor kuliner juga berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja baru. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pada kuartal I/2023, Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK) dari industri makanan dan minuman (mamin) mencapai Rp206,19 triliun, sementara pada kuartal II/2023, angkanya meningkat menjadi Rp209,51 triliun. Nilai tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 4,62% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya (year on year/yoy), yang sebesar Rp200,30 triliun. Pada kuartal II/2023, pertumbuhan kinerja industri makanan dan minuman menempati peringkat keempat terbesar dibandingkan dengan subsektor industri pengolahan lainnya. Industri makanan dan minuman berada di bawah industri alat angkutan, logam dasar, dan elektronika yang masing-masing mengalami pertumbuhan sebesar 9,66% (yoy), 11,49% (yoy), dan 17,32% (yoy). (dataindonesia.id).

Menurut Kementerian Perindustrian (Kemenperin), industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan seiring dengan penurunan intensitas pandemi Covid-19 di Indonesia. Industri makanan dan minuman termasuk salah satu subsektor industri dengan nilai Indeks Kepercayaan Industri (IKI) yang berada dalam kategori ekspansif pada survei bulan Juni 2023. Selama periode Januari hingga Juni 2023, IKI secara keseluruhan selalu berada dalam kondisi ekspansif, atau di atas angka 50,00. Ini

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.

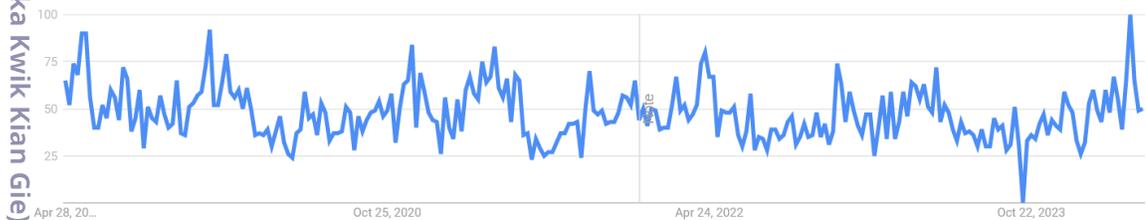


mengindikasikan bahwa sektor industri secara keseluruhan terus mengalami pemulihan.

Selain dari industri makanan dan minuman yang sedang berkembang, pemerintah juga terus mendorong dan terus menyelenggarakan sosialisasi mengenai pentingnya mengkonsumsi ikan. Program GEMARIKAN yang didukung oleh pemerintah melalui Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) yang bekerja sama dengan Dinas Kelautan dan Perikanan, berkontribusi dalam meningkatkan tingkat konsumsi ikan. Hal ini diharapkan dapat mempercepat penurunan angka stunting dan gizi buruk. Berikut ini merupakan perkembangan trend restoran ikan 5 tahun terakhir.

Gambar 3.1

Trend Restoran Ikan di Indonesia tahun 2019-2024



Sumber: <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205y&geo=ID&q=restoran%20ikan&hl=en>

Dari data yang disajikan, dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan trend secara positif walau pada tahun 2023 sempat menurun. Trend restoran ikan memiliki nilai yang stabil dari tahun 2019 dan mengalami pemuncakan di tahun 2024.

B. Analisis Pesaing

Analisis persaingan industri merupakan sebuah usaha untuk mengidentifikasi keunggulan, ancaman, kesempatan, atau permasalahan yang terjadi karena perubahan persaingan, serta perubahan kekuatan dan kelemahan pesaing. Salah satu penentu

Hak Cipta Dilindungi 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 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



keberhasilan bisnis adalah kemampuan memahami pesaing. Dengan kemampuan tersebut, manajemen dapat memutuskan dimana posisi bisnis diantara para pesaing dan bagaimana cara bersaing. Dengan melakukan analisis pesaing, perusahaan dapat mengetahui keunggulan pesaing dalam bidang mana serta mengetahui apa yang menjadi kelemahan pesaing, dengan mengetahui keunggulan dan kelemahan pesaing, perusahaan dapat dengan mudah menyusun strategi yang dapat digunakan untuk melawan para pesaing sehingga perusahaan memiliki keunggulan dalam bersaing.

Terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan menurut Kotler & Armstrong (2018;542) ketika melakukan analisis pesaing, antara lain:

1. Mengidentifikasi Pesaing

Pada langkah ini, bisnis dapat mengenali pesaing yang menawarkan produk atau layanan serupa di pasar dan memiliki harga yang relatif sebanding. Dengan melakukan langkah ini, bisnis dapat mengetahui seberapa banyak jumlah pesaing yang ada.

2. Menentukan Tujuan Pesaing

Setiap pesaing memiliki tujuan yang berbeda-beda. Dengan mengetahui profitabilitas, pertumbuhan pangsa pasar, teknologi yang dimiliki dan pelayanan pesaing, kita dapat mengetahui apakah pesaing puas dengan tujuan mereka dan bagaimana cara menyusun strategi yang dapat menghambat pesaing.

3. Mengidentifikasi Strategi Pesaing

Mengetahui tujuan, strategi, serta kekuatan dan kelemahan pesaing sangat penting untuk memprediksi reaksi yang mungkin dilakukan oleh mereka. Bisnis perlu dapat memperkirakan berbagai respons yang mungkin dari pesaing ketika



menghadapi situasi tertentu. Dengan langkah ini, bisnis dapat memahami pola reaksi yang berbeda dari setiap pesaingnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Menilai Kekuatan dan Kelemahan Pesaing

Pemasar perlu hati-hati ketika menilai kekuatan dan kelemahan masing-masing pesaing untuk menjawab pertanyaan kritis: Apa yang bisa dilakukan pesaing kita?

Dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing, ada beberapa tahapan yang dapat dilakukan oleh bisnis yaitu:

- a. Melakukan pencarian, pengumpulan, dan menganalisis data yang berkaitan dengan strategi, tujuan dan kinerja pesaing.
- b. Mencari informasi mengenai sumber daya manusia (SDM), keuangan, *marketing*, dan operasional pesaing.
- c. Mencari tahu seberapa besar pangsa pasar pesaingnya.

5. Mengestimasi Pola Reaksi Pesaing

Selanjutnya, perusahaan ingin mengetahui: Apa yang akan dilakukan pesaing kita? Tujuan, strategi, serta kekuatan dan kelemahan pesaing sangat membantu dalam menjelaskan reaksi yang akan pesaing lakukan. Sebuah usaha perlu bisa memperkirakan reaksi yang bermacam-macam dari pesaingnya ketika mendapatkan serangan. Dengan langkah ini, perusahaan dapat mengetahui pola reaksi setiap pesaingnya.

6. Memilih Pesaing

Setelah menganalisis pesaing dari langkah-langkah diatas, bisnis akan melakukan langkah terakhir yaitu memilih mana pesaing yang akan diserang dan mana pesaing yang perlu dihindari.

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.

Pondok Bangka menggunakan kesamaan jenis produk sebagai dasar untuk melakukan analisis pesaing. Yang dimana jenis produk tersebut adalah makanan khas Bangka. Menurut hasil survey yang dilakukan penulis, terdapat 3 pesaing yang dekat dengan Pondok Bangka, dengan data yang didapat seperti dibawah ini:

a. Liong Ki Bangka Restaurant

Harga Menu : Rp 50.000 - Rp 200.000

Alamat : Ruko Mendrisio Square New, No. 78. Jl. BSD Raya Utama,
Gading Serpong, Serpong, Tangerang

Nomor telepon: 081210007298

b. RM Belitung Tjin Tjia

Harga Menu : di bawah Rp 50.000

Alamat : Ruko South Goldfinch, Blok D No. 7. Jl. Springs Boulevard,
Gading Serpong, Serpong, Tangerang

Nomor telepon: 081282461620

c. Bangka Paradise

Harga Menu : Rp 50.000 – Rp 100.000

Alamat : Ruko South Goldfinch, Blok C No. 17. Jl. Springs Boulevard,
Gading Serpong, Serpong, Tangerang.

Nomor telepon: 081908299500

Berikut adalah tabel analisis kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing Pondok Bangka.

Tabel 3.1

Analisis Keunggulan dan Kelemahan Pesaing

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Liong Ki Bangka Restaurant	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki banyak pilihan menu 2. Sudah dikenal masyarakat daerah Serpong 3. Memiliki kualitas dan rasa yang terjamin 4. Restoran memiliki suasana yang nyaman dan luas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan cukup mahal 2. Waktu pelayanan cukup lama 3. Lokasi sulit dijangkau 4. Kurangnya pemasaran
RM Belitung Tjin Tjia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki harga yang terjangkau 2. Memiliki pelayanan yang baik 3. Memiliki lokasi yang strategis 4. Memiliki rasa yang terjamin 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variasi makanan tidak banyak 2. Kurang dikenal masyarakat sekitar 3. Restoran memiliki ruangan yang cukup sempit 4. Kurangnya pemasaran 5. Kualitas makanan tidak menentu
Bangka Paradise	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kualitas dan rasa makanan yang terjamin 2. Memiliki pelayanan yang baik 3. Memiliki tempat makan yang nyaman dan luas 4. Memiliki lokasi strategis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan cukup mahal 2. Varian menu kurang banyak 3. Kurangnya pemasaran 4. Kurang dikenal masyarakat sekitar

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



C. Analisis PESTEL

Selain menganalisis lingkungan internal dalam sebuah usaha, lingkungan eksternal juga mempengaruhi bisnis dan perlu diperhatikan. Analisis PESTEL digunakan untuk mengevaluasi dampak lingkungan eksternal terhadap suatu perusahaan. Dalam analisis PESTEL ada enam aspek yang perlu diperhatikan, yaitu aspek politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan legal (hukum). Pondok Bangka perlu memperhatikan keadaan lingkungan eksternal ini, yaitu sebagai berikut:

1. Politik

Kondisi politik sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan Pondok Bangka karena kondisi politik dapat mempengaruhi regulasi pemerintah yang ada di negara tersebut daya beli konsumen. Pemerintah Indonesia saat ini memberikan dukungan yang kuat kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan mengimplementasikan berbagai program. Hal ini dilakukan karena UMKM memiliki peran yang sangat signifikan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, dengan jumlah mencapai 99% dari total unit usaha. Selain itu, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 60,5%, dan mereka juga mempekerjakan sekitar 96,9% dari total tenaga kerja nasional. Sebelumnya, kondisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal mengalami penurunan selama dua tahun pertama dari awal pandemi Covid-19, yaitu pada tahun 2020-2021. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh UNDP dan LPEM UI dengan melibatkan 1.180 responden pelaku UMKM, ditemukan bahwa lebih dari 48% UMKM mengalami kesulitan dalam memperoleh bahan baku, 77% mengalami

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



penurunan pendapatan, 88% mengalami penurunan permintaan produk, dan bahkan 97% mengalami penurunan nilai aset. Di antara kebijakan strategis yang diterapkan oleh Pemerintah adalah Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), pelaksanaan Undang-Undang Cipta Kerja beserta aturan turunannya, serta program Bangga Buatan Indonesia (BBI). (djkn.kemenkeu.go.id,2023).

Selain itu, pemerintah juga mendorong konsumsi ikan Indonesia dengan memberikan penyuluhan pentingnya mengkonsumsi ikan ke berbagai daerah dan menggalangkan program GEMARIKAN. Program GEMARIKAN diharapkan dapat membantu mengurangi stunting dan gizi buruk.

Dalam hal ini, faktor politik mempengaruhi bisnis Pondok Bangka. Pondok Bangka adalah UMKM yang juga mendapatkan dukungan dari pemerintah. Oleh karena itu, Pondok Bangka mendapatkan keringanan untuk mendirikan usahanya sesuai dengan kebijakan yang berlangsung.

2. Ekonomi

Ekonomi merupakan salah satu cabang ilmu sosial yang mempelajari aktivitas manusia yang terkait dengan produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa. Survei Konsumen yang dilakukan oleh Bank Indonesia menunjukkan bahwa keyakinan konsumen terhadap kondisi ekonomi mengalami peningkatan dibandingkan dengan bulan-bulan sebelumnya. Hal ini tercermin dari Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) pada bulan Oktober 2023 yang menunjukkan peningkatan keyakinan konsumen terhadap kondisi ekonomi dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Peningkatan ini terlihat dari peningkatan Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) pada bulan Oktober 2023, mencapai 124,3, dibandingkan dengan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



angka sebelumnya yaitu 121,7 pada bulan September 2023 (sumber: laporan survei konsumen, bi.go.id). Hasil ini tentu memberikan dampak positif bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), karena dengan meningkatnya daya beli masyarakat, akan terjadi peningkatan dalam perekonomian Indonesia. Keadaan ini menjadi peluang bagi Pondok Bangka agar bisa mendapatkan pendapatan yang tinggi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

3. Sosial

Manusia secara alami adalah makhluk sosial karena kita tidak dapat hidup tanpa berinteraksi dengan orang lain. Bahkan dalam hal-hal kecil sekalipun, kita tetap membutuhkan bantuan orang lain. Perubahan dalam bidang sosial, budaya, demografi, dan lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hampir semua aspek, seperti produk, jasa, pasar, dan pelanggan. Di Indonesia, masyarakat mulai menyadari betapa pentingnya berpola hidup sehat setelah pandemi Covid-19. Sekarang ini, kalangan young millenials dan generasi Z suka dengan tren hidup sehat, hal ini dapat mendorong peningkatan konsumsi ikan yang memiliki kandungan protein tinggi. Selain dikenal karena kandungan proteinnya yang tinggi, ikan juga kaya akan asam lemak esensial bernama omega 3. Asam lemak ini terbukti dapat mengurangi risiko terjadinya penyakit kardiovaskular, seperti tekanan darah tinggi, stroke, penyakit jantung koroner, dan serangan jantung. Oleh karena itu, Pondok Bangka mendapatkan peluang yang baik.

4. Teknologi

Teknologi adalah alat yang digunakan untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan untuk menjaga kelangsungan hidup dan meningkatkan kenyamanan

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.



manusia. Penggunaan teknologi oleh manusia dimulai dengan mengubah sumber daya alam menjadi alat-alat sederhana. Kemajuan teknologi menjadi sebuah peluang bagi bisnis ini. Dengan adanya teknologi, muncul berbagai program promosi yang mendukung, seperti media sosial (Facebook, Instagram, aplikasi review makanan seperti Zomato dan Pergikuliner). Menurut laporan We Are Social, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 213 juta orang per Januari 2023. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya dalam dekade terakhir. Jumlah pengguna internet di dalam negeri meningkat sebesar 142,5 juta dari Januari 2013 yang hanya 70,5 juta orang. Dengan adanya media sosial dan peningkatan penggunaan internet, penulis memiliki kemudahan dalam menyebarkan dan mempromosikan produk kepada konsumen.

Selain peningkatan penggunaan media sosial, mulai bermunculan inovasi yang mempermudah masyarakat seperti aplikasi pesan antar makanan, seperti Grabfood, Shopeefood, Grabfood, Kulina, TravelokaEats dan lain-lain. Dari aplikasi tersebut masyarakat semakin mudah untuk mencari dan memesan berbagai jenis makanan di rumah masing-masing sehingga mereka tidak perlu repot untuk pergi untuk makan langsung di tempat. Dengan adanya perkembangan teknologi ini, Pondok Bangka memiliki peluang yang besar untuk memperluas saluran distribusi dari makanan yang akan dijual.

5. Lingkungan

Lingkungan yang baik untuk Pondok Bangka adalah lingkungan dimana masyarakat sangat memperhatikan kebutuhan gizi dan protein. Lingkungan yang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



strategis dan memiliki akses yang mudah dapat mendorong perkembangan bisnis. Sebaliknya, jika lingkungan yang dipilih tidak strategis dan sulit diakses maka perkembangan bisnis akan terhambat. Pondok Bangka sebagai usaha *Food & Beverage* memilih lokasi yang strategis, yaitu di wilayah Curug, Tangerang yang memiliki perumahan besar yaitu Lippo Village dan kecamatan Kelapa Dua. Di lingkungan ini ada banyak tempat kuliner dengan akses yang mudah dan hal ini menciptakan suasana usaha yang baik untuk Pondok Bangka dengan berada di tempat yang strategis untuk menjual produknya.

6. Legal

Sesuai dengan yang telah dijelaskan pada faktor politik, pemerintah memberikan dukungan kepada UMKM dengan regulasi dan program yang mempermudah pendirian bisnis UMKM. Kemudahan dalam pendirian usaha bagi UMKM terlihat dari proses yang semakin mudah dalam pembuatan dokumen legal seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Sebagai bisnis di sektor F&B, Pondok Bangka harus memenuhi persyaratan dan melengkapi dokumen-dokumen legal sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dengan memiliki NIB, usaha yang dijalankan akan memiliki legitimasi dan kemudahan akses dalam hal administratif. Dengan adanya pencatatan administratif UMKM, pemerintah dapat dengan mudah memberikan program-program bantuan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

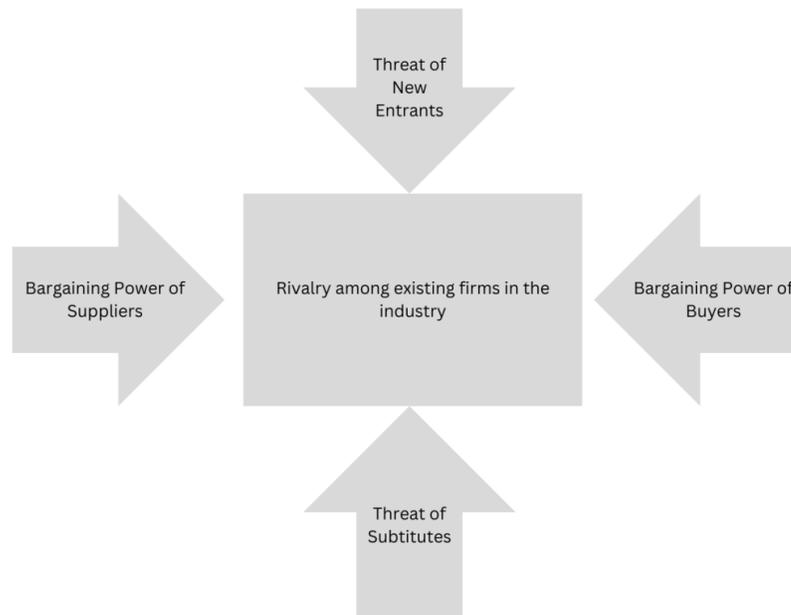


D. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Pesainganmodel Porter (Porter Five Forces

(Business Model)

Seorang pengusaha harus memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin timbul dalam menjalankan bisnis, serta mampu menganalisis lingkungan bisnis menggunakan model lima kekuatan (*five forces of model*) yang dikembangkan oleh Michael Porter. Strategi ini memiliki lima kekuatan utama yang ditunjukkan pada gambar sebagai berikut:

Gambar 3.2
Five Forces of Business Model



Sumber: Hooley, G., Nicoulaud, B., Rudd, J. & Lee, N. (2020). Marketing Strategy and Competitive Positioning. New York: Pearson Education. Hal 72

1. Persaingan antar perusahaan saingan

Persaingan di dalam industri merupakan hal yang paling hebat dari lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat dikatakan berhasil jika ia menghasilkan keunggulan kompetitif yang lebih besar



dibandingkan dengan strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Semakin banyak pesaing yang ada di pasar maka akan semakin sulit perusahaan untuk menjadi *market leader* pasar tersebut. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tingginya persaingan dalam industri yang sama merupakan ancaman untuk Pondok Bangka karena semakin banyak pesaing akan membuat pelanggan mudah berpindah ke pesaing lain. Bisnis Pondok Bangka beroperasi di pasar industri yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi, karena keberadaan beberapa pesaing yang telah memiliki pengalaman yang solid dan berdiri lebih lama. Karena itu, perusahaan harus terus berinovasi untuk mengembangkan strategi-strategi yang menarik dan tepat sasaran. Ini diperlukan agar perusahaan dapat mempertahankan loyalitas konsumen dan tetap bersaing secara efektif.

2. Potensi masuknya pesaing baru

Selain mempertimbangkan pesaing yang ada, organisasi juga harus mempertimbangkan potensi munculnya pendatang baru. Pasar yang memiliki segmen dengan hambatan yang minim dan risiko rendah cenderung menarik bagi pesaing baru yang dapat menyebabkan peningkatan kapasitas produksi yang ada. Kelebihan kapasitas ini kemudian dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan, karena meningkatnya persaingan dalam pasar dapat mengakibatkan tekanan pada harga dan margin keuntungan. Tidak banyak pelanggan yang memiliki loyalitas terhadap satu macam produk. Seiring dengan berkembangnya zaman, masyarakat cenderung ingin mencoba sesuatu yang baru. Dengan itu, Pondok Bangka perlu memiliki keunggulan dibandingkan pendatang baru seperti meningkatkan serta menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan. Selain menjaga loyalitas

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.



konsumen, Pondok Bangka juga perlu meningkatkan promosi untuk menarik calon pelanggan baru.

Potensi pengembangan produk pengganti

Sebuah segmen pasar dapat kehilangan daya tariknya ketika ada produk pengganti yang mengancam pasar tersebut. Produk substitusi merupakan ancaman besar bagi produk lain karena dapat menjadi alternatif dari produk yang sudah ada. Munculnya produk substitusi dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti harga produk utama yang lebih tinggi atau adanya perkembangan teknologi baru yang menghasilkan produk pengganti. Dalam industri kuliner, produk substitusi dapat berupa berbagai jenis makanan yang beragam di seluruh Indonesia. Setiap daerah atau provinsi di Indonesia memiliki keunikan dan ragam cita rasa masakan yang berbeda. Pondok Bangka menyediakan makanan khas pulau Bangka yang tentu tergantung dengan cocok tidaknya dengan cita rasa konsumen. Substitusi yang lain adalah ada masyarakat yang tidak bisa makan ikan baik karena alergi atau lebih memilih protein dari sayuran dan makanan vegetarian.

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

4. Daya tawar konsumen

Konsumen memiliki ketertarikan yang sangat penting bagi sebuah bisnis, hal ini dikarenakan daya tawar mereka yang semakin besar dalam kondisi:

- a. Kemudahan untuk beralih merek
- b. Penurunan daya beli akan menjadi masalah bagi produsen
- c. Konsumen memegang informasi mengenai produk, harga dan biaya produsen
- d. Konsumen memegang kendali mengenai apa dan kapan mereka akan membeli produk

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.



Pembeli memegang kekuatan dalam menentukan keputusan pembelian. Mereka cenderung mencari produk dengan harga yang lebih terjangkau namun tetap berkualitas dan mendapat pelayanan yang baik. Semakin besar pembelian konsumen, semakin banyak opsi yang tersedia bagi pembeli dan ini akan memperkuat posisi mereka. Hal ini meningkatkan persaingan antara perusahaan dalam bisnis untuk memenuhi preferensi dan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, Pondok Bangka harus terus mempertahankan loyalitas konsumen dengan terus menjaga kualitas terbaik dan harga yang bersaing di pasar.

5. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok memiliki pengaruh besar terhadap persaingan di industri karena pemasok memiliki kendali atas harga bahan mentah, kualitas bahan, dan jangka waktu pengiriman barang. Jika pemasok meningkatkan harga bahan atau menurunkan kualitas bahan, maka kenaikan harga dan kualitas produk akhir juga akan terpengaruhi. Hal ini mampu menyebabkan turunnya permintaan dan minat konsumen terhadap produk perusahaan. Keterlambatan pengiriman barang oleh pemasok juga dapat berdampak negatif terhadap ketersediaan menu yang diinginkan oleh konsumen. Semakin sedikit jumlah pemasok, maka semakin vital produk yang mereka pasok dan ini akan meningkatkan kekuatan tawar pemasok.

Hal ini membuat Pondok Bangka harus mampu bekerja sama dengan pemasoknya dengan baik. Pemasok ikan adalah faktor kunci dalam pembuatan produk Pondok Bangka yang berkualitas. Pondok Bangka harus memilih pemasok ikan yang dapat diajak bekerja sama dengan baik dan memiliki kualitas serta kuantitas yang konsisten dan memenuhi standar.

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.



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

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) CPM (*Competitive Profile Matrix*) adalah sebuah matriks yang digunakan untuk mengidentifikasi pesaing utama suatu perusahaan serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan dari pesaing tersebut. Analisis CPM memberikan gambaran yang jelas tentang kekuatan dan kelemahan pesaing serta perusahaan itu sendiri, memungkinkan perusahaan untuk merencanakan langkah-langkah strategis yang tepat untuk bersaing dan meningkatkan kinerja perusahaan. Ada beberapa komponen penting yang dianalisis dalam *Competitive Profile Matrix*:

1. *Key Success Factor*

Faktor kunci sukses adalah faktor yang penting untuk menentukan kesuksesan sebuah usaha. Faktor-faktor ini disusun setelah melakukan analisis mendalam terhadap lingkungan eksternal dan internal usaha.

2. *Weight*

Weight atau bobot merupakan skala yang digunakan untuk menilai seberapa besar pentingnya dan pengaruh dari faktor kunci yang menentukan keberhasilan perusahaan. Bobot yang digunakan pada analisis ini didapat dari rata-rata survey 32 responden yang dilakukan oleh penulis, dimana responden dapat menilai faktor yang ada pada faktor kunci sukses antara 1= sangat lemah, 2= lemah, 3= kuat, dan 4= sangat kuat. Total bobot harus sama dengan 1,0. Jika total bobot kurang dari atau lebih dari 1,0, itu menandakan adanya kesalahan dalam penentuan bobot.

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.



3. Rating

C *Rating* atau peringkat menggambarkan respons perusahaan terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan bisnis. Peringkat pada analisis ini didapat dari review konsumen yang ada di aplikasi Zomato, PergiKuliner, dan Google Review.

4. Score

Score adalah hasil dari *weight* faktor kunci sukses dikali dengan *rating* yang dimiliki oleh masing-masing usaha.

5. Total Score

Total score atau jumlah skor harus berada diantara nilai 1 (rendah) sampai nilai 4 (tinggi). Perusahaan dengan jumlah skor dibawah 2,50 dianggap lemah dan perusahaan dengan jumlah skor diatas 2,50 dianggap kuat. Perusahaan dengan jumlah skor tertinggi merupakan perusahaan yang paling unggul diantara kompetitor lainnya.

Tabel 3.2

Tabel CPM

No	Key Success Factor	Weight	LiongKi Bangka Resto		RM Belitung Tjin Tjia		Bangka Paradise		Pondok Bangka	
			Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
1	Lokasi	0,11	1	0,11	3	0,33	3	0,33	4	0,44
2	Harga	0,11	2	0,22	4	0,44	2	0,22	3	0,33
3	Kualitas	0,12	3	0,36	2	0,24	3	0,36	3	0,36
4	Pelayanan	0,12	2	0,24	3	0,36	4	0,48	3	0,36
5	Varian Menu	0,11	4	0,44	2	0,22	2	0,22	1	0,11
6	Desain Ruang	0,11	3	0,33	1	0,11	3	0,33	2	0,22
7	Promosi	0,1	2	0,2	2	0,2	2	0,2	2	0,2
8	Rasa	0,13	3	0,39	3	0,39	4	0,52	4	0,52
9	Brand	0,09	4	0,36	2	0,18	2	0,18	1	0,09
	Jumlah	1	24	2,65	22	2,47	25	2,84	23	2,63

Sumber: Pondok Bangka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C Hak cipta milik IBI KKG (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.



Dari hasil analisis CPM yang dilakukan diatas, dapat dilihat bahwa Bangka Paradise memiliki keunggulan, hal ini dikarenakan Bangka Paradise memiliki rasa dan kualitas pelayanan yang sangat baik. Selanjutnya LiongKi Bangka Resto menempati peringkat kedua karena memiliki varian menu yang beragam dan sudah banyak dikenal masyarakat daerah Serpong, Tangerang. Di posisi ketiga diduduki oleh Pondok Bangka yang memiliki keunggulan dalam segi lokasi dan rasa, lalu RM Belitung Tjin berada di posisi keempat dengan harga yang paling murah sehingga mempengaruhi kualitas produk. Berikut ini adalah penjelasan dari analisis *Competitive Profile Matriks* diatas:

1. Lokasi

Pendirian lokasi Pondok Bangka harus di lokasi yang strategis dan mudah untuk ditemukan oleh konsumen. Pondok Bangka terletak di Ruko Sorrento Place ,Jl. Ir.Sukarno, Cugug Sangereng, Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten. Ruko ini terletak strategis karena terletak di jalan utama yang menghubungkan BSD City dan Gading Serpong. Tempat ini juga dekat dengan berbagai perumahan cluster dan residence. Hal ini membuat lokasi pendirian strategis karena dilalui banyak sekali pengunjung yang melewati jalan utama dan masyarakat yang tinggal di perumahan.

2. Cita Rasa

Cita rasa adalah persepsi konsumen tentang makanan atau minuman yang terdiri dari sensasi rangsangan dan stimulus yang dapat berasal dari sumber eksternal atau internal dan kemudian dirasakan oleh mulut. Cita Rasa adalah faktor yang paling penting ketika membuka usaha food and beverage. Itulah mengapa pengusaha harus terus menjaga konsistensi cita rasa makanan dan mengembangkan cita rasa baru.



3. Harga

Harga menjadi salah satu faktor utama yang menentukan apakah bisnis dapat bertahan dalam persaingan. Pelanggan biasanya membandingkan harga terlebih dahulu dari berbagai pilihan yang ada. Harga suatu produk harus sesuai dengan kualitas dan kuantitas yang akan didapat, jika harga tidak sesuai dengan kualitas dan kuantitas maka pelanggan akan tidak mau membeli produk yang ditawarkan.

4. Keragaman produk

Keragaman produk yang banyak dan bermacam-macam dapat mencegah rasa jenuh konsumen. Dengan produk yang beragam, bisnis dapat menjangkau berbagai jenis konsumen yang memiliki cita rasa dan preferensi makanan yang berbeda-beda. Rumah makan Pondok Bangka berfokus pada variasi menu yang terbatas untuk menjaga dan mengembangkan kualitas produk karena masih berupa usaha baru. Dengan seiringnya waktu, Pondok Bangka akan menambah menu baru jika menu yang semula sudah dapat ditangani dan diawasi kualitasnya dengan baik.

5. Desain Ruangan

Desain tempat dan ruangan menyangkut perasaan nyaman yang dirasakan oleh konsumen ketika menikmati menu yang disajikan oleh Pondok Bangka. Walaupun Pondok Bangka dikategorikan sebagai tempat yang cukup sempit karena terletak di daerah ruko. Pondok Bangka menyediakan ruangan berAC yang cocok untuk daerah Tangerang yang panas. Hal ini menjadikan Pondok Bangka tempat yang nyaman untuk makan dan tempat dimana pelanggan bisa membawa anak mereka.



6. Promosi

Promosi adalah aspek penting dalam menjalankan sebuah usaha. Tanpa promosi yang efektif, konsumen mungkin tidak akan menyadari keberadaan usaha kita dan tidak tertarik untuk mengunjunginya. Pondok Bangka melakukan promosi melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, serta melalui aplikasi khusus kuliner seperti Zomato dan PergiKuliner.

7. Pelayanan

Pelayanan adalah salah satu aspek penting dalam kemajuan sebuah usaha, terutama dalam industri Food and Beverage. Pondok Bangka akan memberikan prioritas tinggi pada pelayanan kepada konsumennya. Pemilik Pondok Bangka akan merekrut karyawan yang komunikatif dan ramah. Selain itu, karyawan juga akan menjalani pelatihan tentang pelayanan yang baik sehingga mereka dapat menerapkannya dengan baik ketika berinteraksi langsung dengan konsumen.

8. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan dengan seksama. Jika kualitas produk yang ditawarkan rendah, konsumen dapat merasa kecewa dan tidak akan melakukan pembelian lagi di masa mendatang. Hal ini perlu dihindari ketika membuka suatu usaha. Pemilik ingin memerikan produk dengan kualitas yang terbaik untuk konsumennya. Untuk menghasilkan makanan yang nikmat maka diperlukan bahan-bahan yang berkualitas. Dengan rasa yang enak, konsumen akan merasa puas setelah mencobanya. Dengan kepuasan tersebut, diharapkan konsumen akan melakukan pembelian kembali dan bahkan menjadi konsumen setia Pondok Bangka.



9. Brand

Membangun merek atau brand bisnis bukanlah hal yang mudah. Membangun brand memerlukan strategi pemasaran yang tepat, biaya promosi yang cukup, dan waktu yang tentunya tidak singkat agar membuat pelanggan mengenal brand bisnis. Brand juga menjadi faktor kesuksesan karena branding yang kuat dapat mempermudah usaha untuk menjangkau konsumen.

F. Analisis Lingkungan Eksterna dan Internal (SWOT Analysis)

Perusahaan perlu melakukan analisis SWOT yang mengevaluasi keseluruhan kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T). Kekuatan (S) mencakup kemampuan internal, sumber daya, dan faktor positif yang membantu perusahaan dalam melayani pelanggan dan mencapai tujuannya. Kelemahan (W) mencakup keterbatasan internal dan faktor negatif yang dapat mengganggu kinerja perusahaan. Peluang (O) adalah faktor atau tren positif dalam lingkungan eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meraih keuntungan. Ancaman (T) adalah faktor atau tren eksternal yang dapat menimbulkan tantangan bagi perusahaan. Dari analisa tersebut perusahaan dapat mengembangkan empat strategi, yaitu SO (strengths opportunities), WO (weaknesses opportunities), ST (strengths threats), dan WT (weaknesses threats). Berikut ini merupakan analisis SWOT dari Pondok Bangka.

1. *Strength* (Kekuatan)

Kekuatan adalah sebuah kelebihan yang menjadi keunggulan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dibandingkan pesaing. Berikut adalah kekuatan yang dimiliki Pondok Bangka dalam menawarkan produk makanan khas Bangka:



a. Kualitas Produk yang baik

Dalam hal kualitas makanan yang disediakan Pondok Bangka, menggunakan bahan baku yang berkualitas, premium, dan fresh adalah hal yang penting. Untuk bahan baku utamanya yaitu ikan, Pondok Bangka akan menggunakan ikan yang berkualitas, dan dalam penggunaan bahan lainnya seperti daging nasi, bumbu-bumbu dan lainnya, Pondok Bangka akan menggunakan bahan dengan kualitas yang baik dan selalu memperhatikan kesegaran bahan-bahan tersebut.

b. Lokasi yang Strategis

Pendirian lokasi Pondok Bangka berada di lokasi yang strategis dan mudah untuk ditemukan oleh konsumen. Pondok Bangka terletak di Ruko Sorrento Place, Jl. Ir.Sukarno, Curug Sangereng, Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten. Ruko ini terletak strategis karena terletak di jalan utama yang menghubungkan BSD City dan Gading Serpong. Tempat ini juga dekat dengan berbagai perumahan cluster dan residence. Hal ini membuat lokasi pendirian strategis karena dilalui banyak sekali pengunjung yang melewati jalan utama dan masyarakat yang tinggal di perumahan.

c. Harga yang Bersaing

Harga produk yang ditetapkan oleh Pondok Bangka relatif terjangkau jika dibandingkan dengan pesaingnya. Saat ini, faktor harga menjadi sangat signifikan dalam dunia usaha. Dengan menawarkan harga yang kompetitif, Pondok Bangka dapat menjadi pilihan yang menarik bagi konsumennya.

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.



d. Pelayanan yang baik

Jumlah tenaga kerja yang cukup dan kinerja pekerja yang baik adalah kunci dari pelayanan yang baik. Dengan adanya pelayanan yang ramah dan cepat, konsumen akan merasa nyaman dan meningkatkan loyalitas terhadap usaha.

C Hak cipta milik IBI RKG (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 IBI RKG.

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

2. *Weakness* (Kelemahan)

Weakness merupakan keterbatasan internal yang dapat mengurangi potensi sebuah bisnis. Kelemahan ini memerlukan perbaikan dan peningkatan agar usaha dapat terus maju. Berikut adalah kelemahan yang dimiliki Pondok Bangka:

a. *Brand Awareness* masih rendah

Sebagai bisnis yang baru berdiri, Pondok Bangka belum banyak dikenal oleh masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran terhadap merek cenderung masih rendah. Mengingat ada beberapa kompetitor yang sudah berjalan selama beberapa tahun, Pondok Bangka belum menjadi pilihan utama ketika ingin mengonsumsi makanan khas Bangka.

b. Promosi yang terbatas

Promosi adalah hal yang perlu dilakukan oleh semua bisnis baru. Jika tidak ada promosi, bisnis tidak dapat menarik pelanggan baru dan menjual produknya. Sebagai bisnis yang baru didirikan, Pondok Bangka masih memiliki promosi yang terbatas. Hal ini dikarenakan oleh biaya promosi yang tidak murah dan kebanyakan budget akan banyak digunakan untuk membeli bahan-bahan, peralatan, biaya gaji, biaya listrik, biaya air dan lain-lain. Itulah mengapa keterbatasan ini dapat menghambat penjualan.



c. Varian menu yang masih terbatas

Pilihan produk yang variatif dapat memenuhi selera masyarakat yang beragam dan mencegah rasa bosan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Karena masih berupa usaha yang baru dibuka Pondok Bangka perlu membatasi menu yang disediakan agar dapat fokus dan terus mengembangkan menu yang ada di awal. Tentunya seiring dengan waktu, Pondok Bangka akan terus mengembangkan variasi menu dengan menambah makanan khas Bangka lainnya seperti MunTahu dan Cakai.

d. Desain ruangan masih sederhana

Pondok Bangka masih berupa usaha yang baru buka sehingga desain ruangan masih sederhana.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. *Opportunity* (Peluang)

Opportunity atau peluang adalah situasi atau tren positif dalam lingkungan eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meraih keuntungan. Seorang pengusaha perlu mengidentifikasi peluang yang muncul dalam lingkungan bisnis dan memanfaatkannya dalam pembuatan atau pengelolaan usaha mereka. Berikut merupakan peluang yang dimiliki Pondok Bangka:

a. Perkembangan teknologi

Dengan kemajuan teknologi dan penggunaan yang semakin luas dari gadget dan internet, Pondok Bangka dapat memanfaatkan platform-platform online seperti Facebook, Instagram, TikTok, serta aplikasi khusus kuliner untuk melakukan promosi.

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. Peningkatan daya beli masyarakat

Pada bulan Oktober 2023, BI memberitahukan bahwa melalui laporan survey konsumen mengindikasikan keyakinan konsumen terhadap kondisi ekonomi meningkat dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Dengan meningkatnya ekonomi, daya beli masyarakat juga akan meningkat dan peningkatan ini akan menyebabkan masyarakat menjadi konsumtif. Semakin tingginya sifat konsumtif maka konsumen ingin mencoba produk – produk baru yang ditawarkan pasar terutama dalam bisnis makanan dan minuman.

c. Meningkatnya konsumsi ikan di Indonesia

Saat ini, konsumsi ikan di Indonesia terus meningkat, pemerintah dan Kementerian Kelautan dan Perikanan terus mendorong tingkat konsumsi ikan dengan menggalangkan program GEMARIKAN untuk memberikan penyuluhan kepada masyarakat mengenai zat gizi yang ada pada ikan serta fungsi zat gizi tersebut untuk mengurangi masalah stunting dan gizi buruk di Indonesia. Hal ini menjadi peluang baik untuk Pondok Bangka yang menyediakan ikan sebagai bahan utama.

d. Meningkatnya penggunaan aplikasi pesan antar makanan online

Aplikasi pesan antar makanan (*food delivery*) online seperti GoFood atau GrabFood semakin diminati di Indonesia. Tidak hanya karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh aplikasi *food delivery*, begitu juga promo-promo yang bertebaran di dalam aplikasi. Menurut laporan yang dirilis oleh firma riset We Are Social, sebanyak 19,85 juta penduduk Indonesia menggunakan layanan pemesanan makanan online seperti GrabFood, GoFood,

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.



dan sejenisnya selama tahun 2022-2023 awal. Angka itu naik 16,5% secara tahun-ke-tahun (YoY) atau meningkat 2,8 juta orang dari periode sebelumnya. Laporan tersebut menegaskan bahwa Indonesia tetap menjadi pasar yang penting bagi layanan pemesanan makanan online.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

4. Threats (Ancaman)

Ancaman adalah faktor atau tren eksternal yang tidak menguntungkan dan dapat menimbulkan tantangan serta menimbulkan kerugian untuk perusahaan. Beberapa ancaman yang dimiliki Pondok Bangka:

a. Hambatan masuknya pesaing rendah

Mengingat untuk memulai usaha *food and beverage* tidak membutuhkan modal yang besar membuat para pesaing baru mudah untuk memasuki bisnis ini. Hal ini dapat membuat persaingan dalam industri ini menjadi ketat.

b. Lingkungan persaingan dengan kompetitor yang sudah ada

Sudah ada beberapa restoran khas Bangka yang muncul di pasar. Banyaknya kompetitor dapat mendorong persaingan semakin ketat baik itu mengenai harga, kualitas makanan, cita rasa, atau pelayanan.

c. Selera masyarakat yang terus berubah

Dalam membuka usaha, selera dan tren yang ada menjadi penentu bagi konsumen untuk membeli sebuah produk. Seiring dengan berkembangnya teknologi, bisnis terus berinovasi untuk memberikan rasa yang unik dan berbeda. Dengan banyaknya inovasi baru, masyarakat cenderung memiliki cita rasa yang terus berubah-ubah. Ini adalah suatu ancaman bagi Pondok Bangka

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.

sehingga perlu terus berinovasi membuat menu baru agar konsumen tidak bosan.

Tabel 3.3

Tabel Matriks SWOT Pondok Bangka

	<p><i>Strength</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk yang baik 2. Lokasi yang strategis 3. Harga yang bersaing 4. Pelayanan yang baik 5. Cita rasa yang unik 	<p><i>Weakness</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Brand awareness</i> yang masih rendah 2. Promosi yang terbatas 3. Varian menu yang masih terbatas 4. Desain ruangan masih sederhana
<p><i>Opportunitiy</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan teknologi 2. Meningkatnya daya beli masyarakat 3. Meningkatnya konsumsi ikan di Indonesia 4. Meningkatnya penggunaan aplikasi pesan antar makanan online untuk mempermudah konsumen mencari makanan 	<p><i>SO Strategies</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga dan meningkatkan kualitas serta rasa dari makanan yang disajikan (S1,S3, S5, O2,O3) 2. Menonjolkan pelayanan yang baik untuk membangun loyalitas konsumen (S4,O2) 3. Menggunakan beberapa metode pembayaran seperti QRIS dan debit untuk mempermudah pembayaran (S3,S4,O2,O4) 	<p><i>WO Strategies</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan <i>brand image</i> melalui media sosial. (W1,W2,O1) 2. Melakukan survey kepuasan pelanggan agar mendapatkan saran dan kritik dari konsumen untuk mengembangkan usaha (W1,W2,O2,O3) 3. Bekerja sama dengan pihak GoFood dan GrabFood (W1,W4,O1,O4)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

<i>Threat</i>	<i>ST Strategies</i>	<i>WT Strategies</i>
<ol style="list-style-type: none">1. Rendahnya hambatan masuk pesaing2. Lingkungan persaingan dengan kompetitor yang sudah ada3. Selera masyarakat yang terus berubah-ubah	<ol style="list-style-type: none">1. Terus melakukan inovasi produk agar dapat terus bersaing di pasar (S1, S5, T1,T2,T3)2. Meningkatkan kenyamanan dan kebersihan restoran agar pelanggan betah (S2, S4,T1,T2)3. Menggunakan bahan baku lokal yang berkualitas sehingga harga makanan dan minuman lebih terjangkau (S1,S3, T1,T2)	<ol style="list-style-type: none">1. Meningkatkan loyalitas melalui peningkatan kualitas produk dan pelayanan (W1,W3,T1,T2,T3)2. Meningkatkan promosi menggunakan <i>social media</i> (W1,W2,T1,T2)3. Menambah variasi produk agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya (W3,T2,T3)

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.