



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Penting bagi seorang wirausahawan untuk terlebih dahulu melakukan analisis untuk mengatahui siapa yang akan menghadapi persaingan, peluang apa yang dimiliki, tren pasar saat ini industri apa yang digeluti saat ini dan kendala apa yang akan dihadapi menjalankan bisnis tersebut.

Sebagai pegusaha perlu melakukan analisis industri untuk setiap industri memiliki karakteristik yang berbeda yang tidak dapat dibandingkan. Dengan analisis sebuah industri pengusaha dapat mengeksplorasi kelebihan dan kekurangan dari pesaing yang ada sehingga dapat menyusun strategi dan rencana yang sejalan menghadapi persaingan.

3.1. Tren dan Pertumbuhan Industri

Bisnis kuliner merupakan bidang bisnis yang mudah kita jumpai karena merupakan makanan adalah. Perusahaan yang dapat membangkitkan minat masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Berbicara mengenai topik makanan tidak akan pernah ada habisnya karena profesi kuliner memang unik terutama dengan pertumbuhan fintech.

Seiring dengan perkembangan teknologi, kemajuan tersebut memberikan dampak mendatangkan keuntungan yang tinggi bagi para pedagang makan dan minuman. Hal ini disebabkan oleh munculnya aplikasi pengantaran menggunakan jasa ojek online semakin memudahkan para pengusaha dalam pendistribusian makanan yang dijual. Tren telah menyebabkan perubahan gaya hidup masyarakat Jakarta, terlebih dengan adanya pandemi *covid-19* dimana orang memiliki ruang terbatas dan suka menggunakan layanan jasa ojek online sebagai alternatif pemasaran makanan dan minuman.



3.2. Analisis Pesaing

Persaingan merupakan hal yang akan terjadi dalam membentuk usaha atau bisnis karena bisnis dapat dipahami sebagai persaingan untuk mendapatkan keuntungan. Agar suatu bisnis mampu bersaing dengan para pesaingnya, maka diperlukan strategi yang tepat dan efektif. Untuk menyusun strategi perlu dilakukan analisis pesaing, baik pesaing terdekat maupun competitor dianggap menganvam kelangsungan kegiatan yang dilakukan.

Saat menganalisis pesaing, pemilik harus mencari informasi tentang data pesaing merencanakan startegi yang digunakan oleh pesaing sehingga pemilik dapat menemukan strategi yang cocok dan dapat digunakan untuk bersaing secara efektif. Jika tidak, dengan perbandingan produk, harga, rasa produk saluran distribusi dan promosi juga dapat membantuk pengusaha mengetahui kelebihan dan kekurangan pesaing.

Dari hasil observasi yang dilakukan, penulis mengidentifikasi beberapa pesaing potensial dengan produk sejenis, penulis memiliki sejumlah faktor sebagai bukti mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing yaitu harga, lokasi rasa produk yang ditawarkan kualitas produk penjualan dan kenyamanan lokasi. Berikut adalah pengamatan pesaing-pesaing potensial E.T Burger.

1. Nama Toko : Burger Bangor
Lokasi : Jl. Sunter Jaya
Harga : Rp.22.000 – Rp.44.000
Varian Rasa : Banyak
2. Nama Toko : Traffic Bun



Lokasi	: Cempaka Putih
Harga	: Rp.32.000 – Rp.75.000
Varian Rasa	: Banyak

Tabel 3.1

Analisis Pesaing E.T Burger

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Burger Bangor	<ul style="list-style-type: none"> 1. Lokasi Strategis 2. Produk yang ditawarkan beragam 3. Memiliki banyak cabang 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan kurang memuaskan 2. Citarasa kurang 3. Kurangnya fasilitas dine-in
Traffic Bun	<ul style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis 2. Memiliki konsep menarik 3. Produk yang ditawarkan beragam 4. Memiliki banyak cabang 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Citarasa kurang 2. Pelayanan kurang memuaskan

Sumber: E.T Burger

3.3. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL (politik, ekonomi, social, teknologi, lingkungan, hukum).

Analisis eksternal di luar perusahaan, hal ini bisa menjadi peluang bagi perusahaan atau bisnis dapat berkembang atau juga dapat menimbulkan ancaman bagi bisnis. Dengan melakukan analisis PESTEL, perusahaan dapat mengidentifikasi semua risiko dan kemungkinannya perusahaan dalam kaitannya dengan lingkungan eksternal dengan memahami semua risikonya terkait dengan tingkat pertumbuhan, posisi, potensi dan arah strategis perusahaan. Setelah dapatkan untung dari risiko dan potensi perdagangan akan

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,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

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

memiliki peluang untuk pertumbuhan yang baik. Berikut adalah hasil analisis PESTEL

E.T Burger:

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

Dalam membangun dan mendirikan sebuah usaha perlu untuk memperhatikan kebijakan-kebijakan pemerintah. Hal ini tentunya sangat berpengaruh pada *E.T Burger* kedepannya. Maka dari itu, pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk para pelaku usaha untuk mengurus perizinan berusaha yaitu NIB (Nomor Induk Berusaha) dan OSS (*Online Single Submission*). Lalu pemerintah juga memberikan kebijakan mengenai usaha untuk mengurus sertifikat Usaha Pariwisata sebagai izin komersial atau Operasional usaha burger sesuai Permenkraf No.10/2018 yang diwajibkan untuk para pelaku usaha melakukan sertifikasi terlebih dahulu sebagai perizinan kegiatan usaha.

E.T Burger memiliki kesimpulan yang positif sehingga dengan adanya dampak-dampak positif tersebut, tentunya ini menjadi peluang bagi *E.T Burger*.

Sebagai pelaku usaha tentunya perlu meresmikan nama merek untuk mempertahankan usaha burger. Dengan adanya kegiatan sertifikasi usaha ini, maka akan menjadi **peluang** *E.T Burger* untuk mengembangkan burger ini kedepannya.

Economic (Ekonomi)

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) DKI Jakarta, pendapatan masyarakat khususnya pada daerah Jakarta Utara terkait pada pengeluaran per kapita pada produk burger mengalami peningkatan yang dimana saat tahun 2021 hanya 3780 dan pada tahun 2022 berubah naik menjadi 4249.

Hal ini sendiri tentunya akan berdampak pada *E.T Burger* dimana permintaan masyarakat atas burger ini pastinya akan memberikan dampak pada

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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

(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,
 - 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.

peningkatan penjualan pada produk burger. Hal ini didukung dari letak E.T Burger yang strategis di jakarta.

Dengan adanya permintaan Masyarakat terhadap burger yang meningkat dapat disimpulkan bahwa adanya pendapat Masyarakat terhadap pembelian produk burger menjadi **peluang** bagi E.T Burger untuk membuka burger di Indonesia khususnya di daerah DKI Jakarta.

Social (Sosial)

Gaya hidup masyarakat terkhususnya dalam daerah DKI Jakarta mengalami kondisi yang berubah zaman. Yang dimana saat dahulu memakan burger hanya dengan potongan daging. Tetapi sekarang telah banyak memodifikasi dapat dicampurkan dengan telur, keju dll. Hal ini sangat berdampak baik terhadap E.T Burger karena banyaknya Masyarakat yang menyukai burger dari anak kecil hingga orang tua. Mereka juga dapat berkreasi bagaimana mereka suka untuk mencampurkan roti, daging dll.

Gaya hidup masyarakat tersebut tentunya akan mempengaruhi permintaan dari sebuah usaha burger di jakarta. Banyak usaha yang membuka karena gaya hidup masyarakat ini. Selain itu, dampak yang terjadi akibat adanya gaya hidup masyarakat yang gemar menghabiskan waktu dalam kedai burger ini menjadi **peluang** bagi E.T Burger untuk membuka kedai burger di daerah DKI Jakarta karena gaya hidup ini berubah menjadi permintaan masyarakat terhadap produk burger.

4. *Technology (Teknologi)*

Faktor teknologi adalah inovasi teknologi yang mempengaruhi pasar dan industri yang ada. Saat ini perkembangan teknologi sangat pesat untuk mendukung perusahaan start-up. Beberapa kemajuan teknologi yang dapat

dimanfaatkan untuk mendukung bisnis E.T Burger antara lain aplikasi media sosial (GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood) sebagai alat penjualan berbasis online delivery.

Hal ini menjadi **peluang** terbaik untuk E.T Burger sehingga memudahkan konsumen untuk membeli, tidak perlu ke store untuk membeli E.T Burger. Sehingga meningkatkan penjualan untuk E.T Burger sendiri.

Environment (Lingkungan)

Kondisi lingkungan sangat penting dan harus diperhatikan saat menjalankan bisnis. Dalam industri makanan dan minuman, pembuangan limbah harus dikelola dengan baik agar tidak merusak lingkungan. Limbah yang paling banyak dihasilkan adalah minyak jelantah. Dalam hal ini limbah minyak jelantah dapat dijual dengan harga murah. Selain itu, boks bekas juga bisa dijual kembali keperusahaan yang melakukan jual beli boks bekas.

Untuk itu E.T Burger menggunakan kertas untuk tidak mecemari lingkungan dan pemukiman Masyarakat. Sehingga ini menjadi **peluang** untuk E.T Burger karena minyak limbah tersebut dapat dijual kembali dan diolah.

6. Legalitas (Legal)

Dalam perencanaan sebuah usaha, tentu sebagai pelaku usaha harus mengetahui kebijakan peraturan yang dibuat oleh pemerintah. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 5 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Resiko meliputi sertifikat usaha dan NIB (Nomor Induk Berusaha). Peraturan ini tentu berpengaruh terhadap berjalannya suatu usaha. Sertifikat usaha dan NIB ini akan berfungsi untuk seorang pelaku usaha agar produk yang diciptakan resmi atas hukum.

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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



E.T Burger akan mendaftarkan NIB (Nomor Induk Berusaha) melalui aplikasi online yang bernama OSS.go.id. Setelah NIB keluar, maka produk ini akan memiliki kelegalitasan atas merek dan dapat dikatakan menjadi **peluang** untuk memperluas melalui pembukaan cabang.

3.4. Analisis Pesaing: Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter Five Forces Model)

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2017:229), “*Porter’s Five-Forces Model of Competitive analysis is a widely approach for developing strategies in many industries*”. Mempunyai arti analisis lima kekuatan porter bisa digunakan untuk mengembangkan strategi bisnis di segala macam industri. Berikut lima model kekuatan Porter.

Gambar 3. 1

Porter’s Five Force Model



Sumber: Fred R.David dan Forest R. David (2017:229) strategic management

a. Kekuatan Pemasok

Menilai seberapa mudah bagi pemasok untuk meningkatkan biaya material. Hal ini dipengaruhi oleh jumlah pemasok, keunikan produk, ukuran dan kekuatan

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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

pemasok, serta biaya dari satu pemasok ke pemasok lainnya. E.T Burger bekerja

Csama dengan banyak pemasok bahan seperti, roti, daging, kentang, kemasan, dll.

Jumlah supplier E.T Burger lebih dari satu supplier saja, ada banyak supplier yang bisa dipilih dan harganya bervariasi. Karena bahan baku pemasok sangat mudah ditemukan. Dapat disimpulkan bahwa daya tawar pemasok untuk E.T Burger merupakan sebuah peluang bagi pelaku usaha burger karena bahan baku tersebut sangat mudah ditemukan. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kekuatan pemasok bagi E.T Burger adalah rendah karena sangat mudah ditemukan.

b. Kekuatan Pembeli

Kekuatan pembeli merupakan kekuatan daya tawar yang dimiliki oleh pembeli untuk menawar harga dari suatu produk. Jika harga yang ditawarkan kepada pembeli tinggi, maka pembeli dapat menuntut harga yang lebih rendah dan kualitas yang tinggi. Sehingga akan terjadi pengurangan harga produk oleh perusahaan. Tingkat daya tawar pembeli ini untuk E.T Burger cenderung tinggi sehingga dapat disimpulkan untuk E.T Burger menjadi ancaman karena banyaknya burger yang sudah berdiri dengan harga yang lebih murah sehingga tidak memungkinkan untuk pembeli membeli di tempat lain.

C. Persaingan Usaha Sejenis

E.T Burger merupakan sebuah usaha makanan yang menjual produk burger. Usaha kedai makanan ini sudah banyak yang ikut membuka usaha tersebut. Hal ini tentu membuat E.T Burger berada dalam tingkat yang tinggi. Seperti pada Burger Bangor dan Truffic Bun yang menjadi pesaing E.T Burger. Dua pesaing ini sudah terkenal dan memiliki rasa yang cukup baik di mata konsumen. Dapat disimpulkan dari dua pesaing diatas, bahwa hal ini menjadi ancaman dalam hal persaingan usaha sejenis yang cukup tinggi. Persaingan usaha sejenis ini akan

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



tetap tinggi mengingat kegemaran masyarakat mengkonsumsi burger.

d. **Ancaman Produk Pengganti**

Ancaman produk pengganti dalam usaha burger ini dapat dikatakan cukup tinggi karena masyarakat dapat membuat burger dengan konsep yang sama dan cita rasa yang mirip. Lalu dengan permintaan masyarakat terhadap burger, hal tersebut menjadikan ancaman produk pengganti ini sangat tinggi karena mudahnya membangun sebuah usaha burger yang tidak membutuhkan modal yang besar. Selain itu, banyak usaha burger yang sudah bermunculan saat ini dan dapat bertahan. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa produk pengganti ini menjadi ancaman untuk E.T Burger dalam industri makanan ini.

Ancaman Pendatang Baru

Ancaman pendatang baru merupakan salah satu ancaman yang dapat diartikan sebagai kesempatan bagi pengusaha baru untuk masuk industri bisnis. Tetapi, tidak semua pendatang baru dapat bertahan dalam industri usaha seperti makanan dan minuman. Ancaman pendatang baru ini tentu berkaitan dengan seberapa mudah pendatang baru tersebut dalam mengikuti kompetisi usaha sejenis.

Dalam menjalankan sebuah usaha khusus dalam bidang industri makanan yaitu burger, bagi E.T Burger potensi ancaman pendatang baru dapat dikatakan sangat tinggi. Jika dilihat dari besarnya permintaan masyarakat terhadap konsumsi burger maka, bagi para pelaku usaha melihat ini adalah sebuah peluang yang besar tetapi juga dapat menjadi ancaman karena adanya pesaing yang bermunculan dengan menu yang bervariasi.

Dengan tingkat ancaman pendatang baru yang tinggi, maka dapat disimpulkan untuk E.T Burger memiliki ancaman karena mudahnya pendatang baru untuk masuk industri makanan 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,
 - 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.



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

Dalam membangun sebuah usaha tentu membutuhkan kunci-kunci sukses. Kunci-kunci sukses tersebut didapatkan melalui *Competitive Profile Matrix* atau CPM. CPM berfungsi untuk mengidentifikasi pesaing utama Perusahaan baik dalam kekuatan dan kelemahan mereka sampai kaitannya dengan posisi strategi Perusahaan (David dan David, 2017: 236). Selain itu, dalam faktor penentu keberhasilan ini memiliki 2 jenis masalah yaitu masalah internal dan masalah eksternal. Lalu Adapun komponen-komponen faktor kunci sukses dari *Competitive Profile Matrix* (CPM), berhasil uraian penjelasannya:

1. Weight

Dalam faktor CPM, *weight* atau bobot merupakan penentu keberhasilan strategi yang diukur dari bobot kuantitatif dimulai dari 0-1 yang dimana 0 merupakan tidak penting dan 1 merupakan penting. Setelah masing-masing bobot ditemukan maka akan di totalkan yang harus memiliki jumlah 1.

Tabel 3.2

Bobot Faktor Kunci Sukses

Faktor Kunci Sukses	Responden	Perhitungan	Bobot
Varian Menu	20	$(20/143)*100\%$	0,14
Harga Produk	23	$(23/143)*100\%$	0,16
Rasa	20	$(20/143)*100\%$	0,14
Kemasan Produk	15	$(15/143)*100\%$	0,10
Lokasi	22	$(22/143)*100\%$	0,15
Tampilan Produk	21	$(21/143)*100\%$	0,15
Brand	22	$(22/143)*100\%$	0,15
Total	143		1

Sumber: E.T Burger

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 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.

2. Rating dan Score

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

Score adalah hasil perkalian antara bobot dan rating dalam masing-masing Perusahaan. Hasil dari perkalian tersebut kemudian akan ditotalkan yang akan menunjukkan bahwa semakin tinggi skor maka semakin baik suatu Perusahaan dan begitu sebaliknya.

Tabel 3.3

Tabel Competitive Profile Matrix

Kunci Faktor sukses		E.T Burger		Burger Bangor		Traffic Bun	
Keterangan	Bobot	Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor
Varian Menu	0,14	3	0,42	4	0,56	4	0,56
Harga Produk	0,16	3	0,42	4	0,42	3	0,42
Rasa	0,14	3	0,48	3	0,48	3	0,48
Kemasan Produk	0,10	3	0,42	3	0,42	4	0,56
Lokasi	0,15	3	0,45	3	0,5	3	0,5
Tampilan Produk	0,15	3	0,45	3	0,5	3	0,5
Brand	0,15	2	0,24	3	0,36	3	0,36
Total	1		2,88		3,24		3,32

Sumber: E.T Burger

Dapat dilihat bahwa Burger Bangor memiliki angka yang lebih unggul dari E.T Burger dan Truffic Bun. Angka yang di dapat Burger Bangor sebesar 3,24 kemudian angka yang di dapat E.T Burger dan angka yang didapat Truffic Bun sebesar 3,32.

Berikut ini faktor-faktor kunci sukses yang diuraikan dibawah ini:

1. Varian Menu

E.T Burger menawarkan 5 varian menu dengan bermacam-macam varian menu, dengan adanya varian menu burger kebab akan meningkatkan minat

- 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.



Masyarakat untuk membeli produk E.T Burger. Itu tidak menjadi ancaman karena varian E.T Burger cukup banyak untuk dipilih oleh konsumen.

2. Harga Produk

Harga dari E.T Burger merupakan harga paling termurah dari 2 pesaingnya tersebut. Dengan harga 20.000-40.000 akan tetapi dengan harga yg murah produk yang di dapat juga akan sesuai dengan harga yang di dapat. Dengan begitu tidak menjadi ancaman kepada E.T Burger karena harga pesaing yang cukup tinggi.

3. Rasa

Untuk rasa E.T Burger setara dengan 2 pesaingnya yaitu Burger Bangor dan Truffic Bun. Ini menjadikan E.T Burger yakin akan banyak peminat untuk membeli produk E.T Burger. Walaupun E.T Burger terbilang baru tetapi untuk rasa bisa disamakan.

4. Kemasan Produk

E.T Burger sendiri membuat kemasan tidak dengan plastik melainkan dengan kertas burger yang ramah lingkungan dan dapat di daur ulang kembali. Dengan adanya kertas tersebut makanan akan lebih bersih untuk dikonsumsi.

5. Lokasi

Untuk lokasi E.T Burger berlokasi di Sunter Agung cukup berdekatan dengan Burger Bangor. Tetapi itu tidak menjadi ancaman karena E.T Burger berlokasi cukup strategis dekat pemukiman masyarakat dan di depan jalan raya. Sehingga itu menjadikan E.T Burger akan dikenal oleh masyarakat.

6. Tampilan Produk

E.T Burger menjadikan burger tampilan produk dari packaging, rasa dan jondisi dari suatu produk itu sendiri. Sehingga masyarakat tertarik untuk

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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



membeli dan dapat dilihat bahwa tampilan produk itu sendiri menarik dan berkualitas.

7. Brand

Karena terbilang baru E.T Burger masih kalah dipasarn karenan Masyarakat belum mengetahui adanya E.T Burger. Beda dari 2 pesaingnya tersebut sudah cukup terkenal dikalangan masyarakat sehingga minat masyarakat untuk membeli cukup besar. Ini menjadi ancaman E.T Burger bahwa brand tersebut harus dikenal dimasyarakat agar meningkatkan minat masyarakat untuk membeli.

3.6. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:74) SWOT adalah Evaluasi keseluruhan dari perusahaan terhadap kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T). Metode analisis ini membagi aspek tinjauan dari internal (sisi dalam perusahaan) dan eksternal (sisi luar perusahaan). Dari dalam perusahaan terdapat kekuatan dan kelemahan, kekuatan memberikan dampak baik bagi perusahaan, dan kelemahan memberikan dampak yang tidak baik bagi perusahaan. Dari luar perusahaan terdapat peluang dan ancaman, peluang menguntungkan bagi perusahaan dan ancaman merugikan bagi perusahaan. Hasil analisis ini memberikan arahan atau membuat rekomendasi strategis untuk mempertahankan kekuatan dan menimbulkan kelemahan naik di dalam maupun di luar perusahaan untuk memajukan bisnis. Berikut merupakan analisis SWOT E.T Burger:

a. **Strength (kekuatan)**

1. Lokasi usaha yang strategis
2. Harga yang terjangkau





3. Bahan baku pemasok mudah ditemukan
4. Tampilan produk yang menarik

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

b. Weakness (kelemahan)

1. Merek belum dikenal masyarakat luas
2. Varian menu masih sedikit

c. Opportunities (peluang)

1. Sertifikasi usaha
2. Masyarakat yang konsumtif
3. Legalitas
4. Online Delivery

d. Threats (ancaman)

1. Jenis produk mudah untuk ditiru
2. Banyaknya pesaing dalam usaha sejenis yang sudah lebih dikenal masyarakat
3. Pesaing dengan harga murah



Tabel 3.4

Matriks SWOT E.T Burger

	Strenght		Weakness
	Opportunities	SO strategies	WO strategies
Treats	ST strategies	WT Strategies	
	<p>1. Lokasi usaha yang strategis 2. Harga yang terjangkau 3. Bahan baku pemasok mudah ditemukan 4. Tampilan produk yang menarik</p>	<p>1. Memiliki lokasi yang strategis untuk dikenal oleh masyarakat (S1,S2,O1,O2,O3) 2. Menjaga kualitas produk serta membuat tampilan produk yang menarik (S4,O4)</p>	<p>1. Mengiklankan produk E.T Burger untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar lebih dikenal (W1,O2) 2. Melakukan inovasi baru agar menu banyak varian (W2,O1,O2)</p>
	<p>1. Jenis produk mudah untuk ditiru 2. Banyaknya pesaing dalam usaha sejenis yang sudah lebih dikenal masyarakat 3. Pesaing dengan harga murah</p>	<p>1. Mencari dan menjalin kerja sama dengan beberapa pemasok yang dapat diandalkan dan berkualitas (S3,O2,O3) 2. Melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas produk (S4,O1,O2,O4)</p>	<p>1. Membuat menu yang disukai dikalangan masyarakat (W1,T1,T2,T3) 2. Menerima kritik dan saran dari konsumen agar bisa memenuhi kebutuhan mereka (W1,T2,T3)</p>

Sumber: E.T Burger