



BAB III

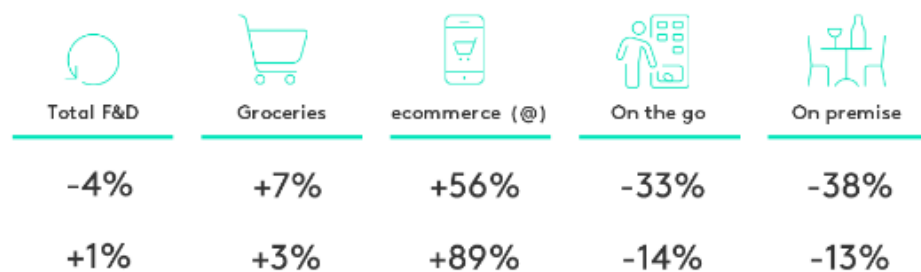
ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Bisnis *F&B* pada dasarnya mengalami perubahan *Trend* dan pertumbuhan industri yang sangat signifikan dari waktu ke waktu. Mulai dari Bisnis makanan pesan-antar melalui aplikasi lebih meningkat daripada bisnis makanan berkonsep dine-in. Terlebih setelah terjadinya pandemi pembelian makanan online pun disebut meningkat drastis yakni sebesar 300%. *Trend* ini juga diprediksi akan bertahan setelah usai pandemi. Dalam survei McKinsey & Company 84% konsumen menyatakan bahwa mereka berniat untuk menggunakan layanan pengiriman atau pemesanan online dari restoran untuk membeli makanan. Artinya, layanan pengiriman makanan menjadi kian penting bagi bisnis makanan.

Gambar 3. 1

Data Trend Pertumbuhan Pasar Bisnis Makanan dan Minuman



KANTAR

Assumptions:
 1) 50% of Lunch and Breakfast uplift will remain as new In-Home occasions due working from home, impacting Groceries
 2) 20% of Snacking and Treats uplift will remain at home, the rest will be part of COH recovery from Q2 2021 impacting Groceries and On the go
 3) 200% average spend per occasion will remain consistent vs 2019
 4) Ecommerce growth will remain consistent in 2020

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

Diakses pada 10 Mei 2023

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.



Ditambah lagi *Trend* kepedulian masyarakat terhadap kesehatan semenjak pandemik

juga membuat masyarakat lebih peduli terhadap makanan apa yang dimakan serta kebersihan kemasan produk. Kemasan sekarang ini juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk. Konsumen lebih memilih kemasan yang higienis dan ramah lingkungan. Maka itu, pelaku bisnis kuliner juga harus mempertimbangkan bahan makanan yang sehat dan bentuk kemasan yang aman serta ramah lingkungan dalam menjual makanan.

Sari Sanjaya sendiri juga menerapkan konsep layanan pesan-antar dan menyediakan *dine-in*. Konsep tersebut dipilih karena untuk merespons perubahan akibat pandemi dan menyesuaikan dengan tren ke depannya, sebagai pelaku bisnis kuliner perlu melakukan berbagai cara untuk meningkatkan saluran penjualan online-nya serta kapabilitas mereka untuk melakukan pengiriman. Selain itu Sari Sanjaya juga merupakan makanan yang sehat karena tidak menggunakan bahan-bahan pengawet buatan.

Pertumbuhan industry makanan dan minuman akan selalu berkembang karena merupakan kebutuhan pokok manusia, maka dari itu bisnis Sari Sanjaya ini berpotensi untuk dapat berkembang. Terlebih dengan perkembangan jumlah penduduk, yang membuat kebutuhan masyarakat akan makanan juga akan berkembang. Ada juga penduduk rantau Palembang yang ingin mengenalkan makanan khas mereka ke keturunan mereka, dengan adanya Sari Sanjaya hal itu dapat terpenuhi.

B Analisis Pesaing

Analisis Pesaing merupakan proses untuk mengetahui pesaing dengan cara menganalisis serta mengidentifikasi apa saja kelemahan dan kekuatan mereka kaitannya dalam mempengaruhi bisnis kita sendiri. Dengan analisis pesaing, kita sebagai pelaku usaha dapat mengatasi kelemahan kita serta menonjolkan kelebihan usaha kita dengan membandingkan dari para pesaing. Maka dari itu sebuah bisnis membutuhkan data-data dari pesaing sebagai perbandingan, untuk membuat strategi yang efektif.

Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin atau menjiplak seluruh atau sebagian isi karya tulis ini tanpa izin IBI IKKG.
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 IKKG.

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



Berdasarkan pengamatan, penulis berhasil menetapkan beberapa pesaing yang menjual produk yang sejenis dengan “Sari Sanjaya”. Berikut merupakan pesaing-pesaing dari Bisnis

Camilan Sari Sanjaya:

1. Profil Pesaing 1

- a. Nama Perusahaan : Pempek Palembang & Otak - Otak 161
- b. Lokasi : Jl. Boulevard Raya Blok FW 1 No.26, RT.9/RW.11, Klp. Gading Tim., Kec. Klp. Gading, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240
- c. Harga : Rp 50.000 – Rp 100.000 / orang
- d. Kelebihan : Memiliki tempat yang nyaman dan pelayanan yang ramah, Menggunakan pemanfaatan teknologi dengan melakukan promosi di sosial media.
- e. Kelemahan : Harga yang ditawarkan relatif mahal.

2. Profil Pesaing 2

Nama Perusahaan : Pempek Bunga Mas 18

1. Lokasi : Jl. Boulevard Raya Blok WA2 No. 11, Kelapa Gading, Jakarta Utara
2. Harga : dibawah Rp 50.000 / orang
3. Kelebihan : Menjual harga produk relatif lebih murah
4. Kelemahan : Promosi yang kurang gencar, serta kurangnya pengelolaan sosial media untuk mengembangkan bisnisnya.

Berikut merupakan tabel analisis pesaing pada perusahaan Sari Sanjaya :



Tabel 3. 1

Pesaing Sari Sanjaya

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Pempek Palembang & Otak - Otak 161	1) Tempat yang lebih <i>cozy</i> dan nyaman. 2) Pelayanan yang ramah. 3) Menggunakan social media dalam menawarkan produk.	1) Harga yang ditawarkan relatif mahal. 2) Rasa Makanan yang kurang special dan meu kurang bervariasi.
Pempek Bunga Mas	1) Produk yang dijual relatif lebih murah. 2) Produk yang ditawarkan disesuaikan dengan lidah masyarakat lokal. 3) Menjual varian produk yang lebih beragam	1) Promosi yang kurang gencar. 2) Kurangnya pemanfaatan teknologi seperti sosial media ataupun layanan pesan antar.

Sumber: Sari Sanjaya 2023

C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL yaitu singkatan dari (*Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal*) merupakan analisis eksternal yang diterapkan sebagai alat untuk memanta keberadaan diluar perusahaan yang dapat menjadi peluang agar perusahaan atau bisnis dapat berkembang dan juga dapat menjadi ancaman bagi jalannya bisnis, Konsep ini diterapkan untuk melihat operasi atau rencana untuk meluncurkan produk dan layanan suatu bisnis, atau untuk mengantisipasi situasi makro yang memengaruhi situasi suatu usaha. kekuatan eksternal dibagi menjadi beberapa kategori luas: kekuatan ekonomi, kekuatan budaya, sosial, demografi, dan lingkungan; kekuatan politik, pemerintah, dan hukum; kekuatan teknologi; dan kekuatan persaingan. Analisis ini disebut analisis PESTEL (Politics, Economy,

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi Undang-undang.

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



Social, Technology, Environment, Legal). Berikut adalah analisis PASTEL dari bisnis Sari

Sanjaya:

1. Politik (Politic)

Faktor politik merupakan faktor luar yang mempengaruhi jalannya suatu bisnis. Jika terjadinya bencana secara global, perang maupun kerusuhan aktivis maka aktivitas bisnis akan terganggu dan menyebabkan dampak negatif bagi seluruh sektor bisnis. Tentu masalah tersebut disebabkan karena adanya peraturan dan kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi jalannya politik yang dapat mempengaruhi jalannya suatu usaha atau bisnis. Politik dalam Analisa PESTEL berkaitan dengan kebijakan -kebijakan pemerintah terhadap industri atau bisnis yang ingin didirikan seperti ada kebijakan pemerintah yang mendorong suatu industri dengan memberikan pengurangan pajak dan mempermudah izin dan lain- 20 lain.

Faktor politik yang berdampak negatif dan mempengaruhi jalannya suatu bisnis yang baru-baru ini terjadi adalah pandemi yang membuat daya beli masyarakat saat ini melemah karena pendapatannya menurun yang menjadikan beberapa bisnis mengalami kerugian selama pandemi berlangsung. Tetapi hal ini bisa menjadi dampak positif bagi Sari Sanjaya yang memutuskan untuk melakukan ekspansi online. Karena naiknya pembelian online yang terjadi saat pandemi. Kondisi pandemi juga sudah berkurang, sehingga pembelian secara offline atau makan ditempat juga hamper kembali normal pada tahun 2023 ini.

2. Ekonomi (Economic)

Faktor ekonomi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi berlangsungnya suatu bisnis makanan. Ada beberapa faktor ekonomi yang mempengaruhi mulai dari pertumbuhan ekonomi, daya beli tingkat suku bunga, inflasi maupun standar nilai tukar suku bunga. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan I 2023 tercatat sebesar 5,03% (yoy), sedikit meningkat dibandingkan dengan pertumbuhan pada triwulan sebelumnya sebesar 5,01% (yoy). Ke depan, pertumbuhan



ekonomi 2023 diperkirakan tetap kuat pada batas atas kisaran 4,5-5,3%, didorong oleh perbaikan permintaan domestik dan tetap positifnya kinerja ekspor.

Sumber: [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2511423.aspx#:~:text=Data%20Badan%20Pusat%20Statistik%20\(BPS,%20C01%25%20\(yoy\).](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2511423.aspx#:~:text=Data%20Badan%20Pusat%20Statistik%20(BPS,%20C01%25%20(yoy).)

Diakses pada 6 Juni 2023

Pada tahun 2023 ini ada peristiwa munculnya varian-varian baru yang juga dapat mempengaruhi perekonomian Indonesia. Tetapi Indonesia mendapat kabar positif di tengah berbagai dinamika dan tantangan global yaitu pada tahun ini pemerintah Indonesia memperkirakan konsumsi masyarakat akan tumbuh lebih baik kedepannya, seiring dengan laju pertumbuhan ekonomi yang baik dan inflasi yang masih terjaga. Hal itu memberikan dampak positif bagi bisnis Sari Sanjaya dimana dengan pertumbuhan ekonomi yang membaik serta inflasi yang rendah, kecenderungan masyarakat dalam hal daya beli masyarakat akan lebih konsumtif dari tahun ke tahun.

3. Sosial (*Social*)

Keadaan sosial merupakan suatu factor yang penting juga untuk membuat suatu usaha atau mendirikan suatu usaha. Keadaan Sosial ada berbagai macam seperti Demografi, mobilitas sosial, perubahan gaya hidup dan sebagainya. Demografi yang bisa menunjukkan jumlah penduduk Indonesia, mobilitas sosial yang menunjukkan tingkat daya beli masyarakat meningkat karena mobilitas sosialnya meningkat dari masyarakat kelas bawah ke kelas atas, dan perubahan gaya hidup masyarakat yang terus berubah seiring berjalannya waktu. Pada saat ini kehidupan sosial masyarakat telah banyak berubah mulai dari banyaknya kebiasaan konsumsi masyarakat yang lebih memilih berbelanja dengan memanfaatkan jasa pengiriman daring daripada harus pergi ke *offline store*. Saat ini juga konsumen lebih cenderung memilih

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.



makanan yang dikemas dengan *packaging* yang layak dan aman untuk sampai konsumen.

Dengan adanya pola konsumsi tersebut, menuntut sektor industri *F&B* harus lebih aktif dalam

mengembangkan inovasi. Selain hal di atas, terdapat juga beberapa hal yang mempengaruhi

aspek sosial :

- a. Perubahan tingkat pendapatan , khususnya pada situasi pandemi seperti sekarang.
- b. Perubahan tren yang mempengaruhi selera masyarakat
- c. Pemilihan cara komunikasi yang tepat untuk mengambil perhatian *customer*.
- d. Kesiapan masyarakat dalam menerima perubahan.

Maka dari itu Sari Sanjaya dapat berinovasi dengan menyediakan kemudahan

pembelian jasa layanan antar makanan secara online yang bisa diakses melalui aplikasi layanan

pesan antar yang tersedia yang merupakan tujuan utama dari pengembangan bisnis ini. Sari

Sanjaya juga akan merubah kemasan sesuai dengan kemauan konsumen yang berbahan dasar

plastik yang ramah lingkungan dan mudah untuk didaur ulang. Marketing juga akan dijalankan

agar dapat secara tepat dapat mendapatkan perhatian konsumen.

4. Teknologi (*Technology*)

Pengembangan dari Sari Sanjaya yang berupa online akan banyak dipengaruhi oleh factor

teknologi. Penulis memutuskan pengembangan ini karena Teknologi saat ini telah banyak

digunakan untuk mendukung proses bisnis yang terjadi pada perusahaan. Penerapan Teknologi

dalam suatu bisnis telah menyebabkan perubahan pada pola kebiasaan masyarakat dalam

membeli suatu produk berupa barang ataupun jasa. Contohnya perkembangan tekonologi yang

cepat membuat masyarakat tidak perlu lagi untuk datang ke tempat yang ingin dituju untuk

membeli sebuah produk. Di zaman industry 4.0 kita hanya perlu membeli produk melalui

aplikasi online yang tersedia di smartphone ataupun komputer.



Lokasi lingkungan bisnis yang baik dan tepat diharapkan dapat memenuhi harapan pembisnis untuk menarik para konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan dan sebaliknya apabila terdapat kesalahan dalam pemilihan lokasi nantinya akan bisa menghambat kinerja perusahaan dan secara otomatis keuntungan maksimal tidak akan dapat dirasakan oleh pengusaha tersebut. Maka dari itu pemilihan lokasi lingkungan yang tepat sesuai target pasar serta ketersediaan infrastruktur yang memadai merupakan sebuah strategi yang juga dapat memudahkan antusias konsumen dalam mendapatkan barang ataupun jasa yang diinginkannya. Seperti halnya dengan Sari Sanjaya yang berlokasi di Jalan Boulevard Raya Blok QA 1 No. 8-9 RT. 01/06, Kelapa Gading Barat, Kelapa Gading, RT.1/RW.6, Kelapa Gading Barat, RT.1/RW.6, Klp. Gading Bar., Kec. Klp. Gading, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240 yang sangat strategis. Karena lokasi tersebut dekat dengan perumahan, perkantoran, klinik, tempat ibadah serta banyaknya kuliner lainnya yang berada dekat Sari Sanjaya yang menjadikan lokasi tersebut ramai pengunjung dan sangat strategis.

Sari Sanjaya juga perlu memperhatikan lingkungan sekitar dalam proses produksinya karena industri tekstil juga merupakan industry yang menghasilkan banyak polusi. Hal ini bisa ditanggulangi dengan memilih bahan baku yang ramah lingkungan, dan memilih penempatan tempat yang tidak berpotensi menyalurkan polusi. Serta mentaati regulasi tentang konsumsi energi dan daur ulang limbah.

6. Hukum (*Legal*)

Legalitas pada suatu perusahaan atau badan usaha adalah merupakan unsur yang terpenting, karena legalitas merupakan jati diri yang melegalkan atau mengesahkan suatu badan usaha sehingga diakui oleh masyarakat. legalitas perusahaan harus sah menurut undang-undang dan peraturan, di mana perusahaan tersebut dilindungi atau dipayungi dengan berbagai

1. Dilarang menyalin atau menyalin sebagian atau seluruh isi 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 Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



dokumen hingga sah di mata hukum pada pemerintahan yang berkuasa saat itu. Syarat-syarat dokumen legalitas yang dibutuhkan untuk membuka usaha meliputi dokumen seperti :

- a. Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU)
- b. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- c. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- d. Izin Usaha Mikro Kecil dan Menengah (IUMKM)

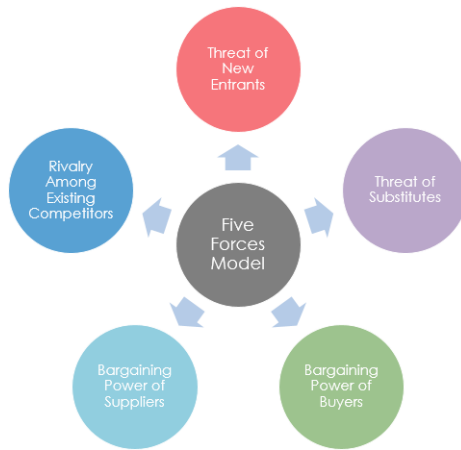
Dokumen yang dilampirkan di atas adalah legalitas yang diperlukan oleh Sari Sanjaya dalam menjalankan bisnisnya. Tidak hanya dokumen tersebut tetapi Sari Sanjaya juga harus memperhatikan tentang UU ketenagakerjaan sebagai aturan perusahaan yang sesuai dengan hukum. Dengan demikian, pengelolaan karyawan dapat berjalan lancar sesuai asas legalitas.

D. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter's Five Forces Business Model)

Menurut Porter terjemahan Karisma Publishing Group (2018:17), penentu dasar pertama dari profitabilitas suatu perusahaan adalah daya tarik industri. Strategi bersaing harus berkembang dari pemahaman yang canggih akan aturan persaingan yang menentukan daya tarik suatu industri. Porter's Five Forces Business Model pada dasarnya sebuah metode untuk menganalisis dan mengidentifikasi kekuatan suatu bisnis. Metode ini biasa digunakan untuk mengidentifikasi struktur industri dalam menentukan strategi perusahaan.

Gambar 3. 2

Porter's five forces analysis



Sumber: nemolab.id

Diakses pada 7 Juni 2023

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Daya Tawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)

Pemasok itu sendiri memiliki fungsi yang sangat penting di dalam setiap tahap siklus peredaran produk barang maupun jasa. Hubungan yang baik dengan pemasok dapat berdampak pada pengiriman barang dari supplier yang tepat waktu, memperoleh penawaran khusus hingga mendapatkan harga yang miring.

Pada Sari Sanjaya sendiri terus memerhatikan pemasok agar dapat memaksimalkan pengeluaran dengan cara terus menjaga hubungan baik dan konsistensi dengan pemasok agar bisa mendapatkan harga terbaik dari pemasok. Sari Sanjaya juga menyiapkan alternatif bahan baku apabila pemasok menaikkan harga secara tidak wajar atau terjadi hal yang tidak direncanakan dari pihak pemasok.





4. Ancaman bagi pendatang baru (*Threat of New Entrants*)

Masuknya perusahaan sebagai pendatang baru akan menimbulkan sejumlah implikasi bagi suatu perusahaan, misalnya kapasitas menjadi bertambah, terjadinya perebutan pangsa pasar, serta perebutan sumber daya pemasok. Kondisi seperti ini tentunya akan menimbulkan ancaman bagi perusahaan Sari Sanjaya.

Masuknya bisnis makanan Palembang baru memang sangat memungkinkan, tetapi untuk dapat membuat bisnis ini dalam skala yang besar merupakan hal yang sulit. Untuk mengantisipasi hal tersebut Sari Sanjaya nantinya akan membuka cabang baru. Tentunya dengan membuka cabang baru maka usaha akan memperoleh BEP pada waktu yang sudah diperkirakan. Sari Sanjaya juga akan terus melakukan inovasi yang sulit untuk ditiru pesaing, dari menu maupun ciri khas lainnya.

5. Persaingan antar Pesaing yang ada (*Rivalry Among Existing Competitors*)

Setiap pelaku usaha pasti dijumpai dengan adanya para pesaing. Perusahaan berlomba-lomba menentukan strategi untuk berinovasi untuk menarik daya beli konsumen. Persaingan ini membuat dinamika pasar yang sangat kompetitif untuk menguasai pasar itu sendiri. Sari Sanjaya juga akan memanfaatkan pesaing untuk dapat berkembang, dengan menghindari kesalahan yang pesaing buat selagi meniru hal yang menguntungkan pesaing. Sehingga membuat kekurangan perusahaan Sari Sanjaya dapat seminim mungkin.

Melihat persaingan antar pesaing pada Sari Sanjaya tergolong relatif tinggi. Ini bisa dilihat dari banyaknya pesaing dari industri yang sama menjual pempek mulai dari pempek 161 maupun pempek seorang sahabat. Hal ini menuntut Sari Sanjaya harus terus beradaptasi dengan pasar yaitu dengan cara berinovasi sesuai keinginan masyarakat setempat. Hal tersebut bertujuan untuk berfokus pada konsumen yang ingin membeli pempek agar tetap memilih brand

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh isi karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Sari Sanjaya meskipun banyak brand lain diluaran sana ataupun brand-brand baru yang nantinya akan bermunculan kedepannya.

E. Analisis Faktor-Faktor Kunci (*Competitive Profile Matriks*)

Competitive Profile Matrix (CPM) berguna untuk mengidentifikasi para pesaing sebagai bentuk manajemen strategis sebuah perusahaan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan para pesaing. Faktor penentu keberhasilan dalam *CPM* mencakup faktor eksternal maupun internal karena mengacu pada kekuatan dan kelemahan perusahaan. *Competitive Profile Matrix* juga mengidentifikasikan pesaing utama sebuah perusahaan serta kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahannya dalam hubungan dengan posisi strategis perusahaan sampel. Faktor penentu keberhasilan adalah faktor terpenting yang mempengaruhi keberhasilan organisasi. Berikut beberapa Faktor-faktor yang terdapat pada metode *Competitive Profile Matriks* :

1. *Weight*

Setiap faktor penentu keberhasilan harus diberi bobot mulai dari 0,0 (kurang penting) hingga 1,0 (sangat penting). Angka tersebut menunjukkan betapa pentingnya faktor tersebut dalam keberhasilan di industri ini. Jumlah semua bobot harus sama dengan 1.0.

2. *Rating* (peringkat)

Peringkat dalam *Competitive Profile Matrix* memperlihatkan respon perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan sebuah usaha. Semakin tinggi *rating* yang didapat memperlihatkan respon yang baik dari perusahaan terhadap *Critical Success Faktors*, dan juga sebaliknya bila *rating* rendah menunjukkan respon yang kurang baik. Peringkat dengan kisaran antara 1,0 - 4,0 dan dapat diterapkan untuk berbagai faktor.

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

- a. Peringkat diterapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan.





- b. Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan.
- c. Tanggapan rata-rata diwakili oleh angka 2,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.
- d. Tanggapan di atas rata-rata diwakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan.
- e. Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh 4,0

3. Total & Score

Komponen *score* Merupakan nilai perkalian dari *rating* dan *weight*. Setiap perusahaan memperoleh nilai pada setiap faktor. Nilai tersebut akan dijumlah dan akan menghasilkan total nilai. Total nilai tersebut mengindikasikan apabila total 25 nilai yang dimiliki sangat besar maka perusahaan tersebut lebih kuat dibanding *competitor*.

4. Total Weighted Score (Skor Total Tertimbang)

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

Rata-rata total adalah 2,5. Sehingga perusahaan yang memiliki nilai dibawah 2,5 dikatakan perusahaan tersebut memiliki posisi yang relatif lemah dalam persaingan.

Sementara itu, jika nilai di atas 2,5 dikatakan perusahaan tersebut memiliki posisi yang relatif kuat dalam persaingan.

Sumber: <https://www.mochamadbadawi.com/news/matriks-analisis-efe-dan-ife.html>

Diakses pada 6 Juni 2023

Berikut merupakan tabel *Competitive Profile Matrix* pada bisnis camilan Sari Sanjaya:

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.



Tabel 3. 2

Competitive Profile Matrix Sari Sanjaya

Critical Success Factor (CSF)	Weight	Sari Sanjaya		Pempek Palembang 161		Seorang Sahabat	
		Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot
Cita Rasa Produk	0,24	4	0,96	3	0,72	3	0,72
Varian Produk	0,11	2	0,22	2	0,22	4	0,44
Lokasi Usaha	0,12	3	0,36	4	0,48	3	0,36
Harga	0,21	4	0,84	2	0,42	4	0,84
Promosi	0,15	2	0,3	4	0,6	2	0,3
Pelayanan	0,17	4	0,68	4	0,68	3	0,51
Total	1		3,36		3,12		3,17

Sumber: Sari Sanjaya dan Google.com

Keterangan Rating :

- 4 Major Strength
- 3 Minor Strength
- 2 Minor Weakness
- 1 Major Weakness

Data di atas merupakan factor keberhasilan dari usaha makanan, tabel tersebut tersusun dari data pada lampiran 1. Weight didapat dari hasil perhitungan berdasarkan hasil survei dengan total 104 orang di google form. CPM di atas diambil dari usaha yang selama ini berjalan dan belum terpengaruh oleh pengembangan bisnis ini. Perbandingan di atas didapat dari review competitor yang penulis dapat secara online dari website review online. Berikut penjelasan lengkap faktor-faktor yang mempengaruhi CPM dari tabel 3.2 di atas:

a. Kualitas Produk

Salah satu prioritas keunggulan dari Sari Sanjaya adalah kualitas produknya. Kualitas ini sudah maksimal berdasarkan dengan harga yang diberikan. Sari Sanjaya memutuskan untuk

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh isi 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 ini dilindungi Undang-Undang. Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

memprioritaskan hal ini karena kualitas makanan merupakan hal yang penting dalam bisnis ini.

Maka dari itu Penulis memberikan rating 3 pada hal ini.

b. Varian Produk

Varian dari Sari Sanjaya sudah cukup banyak, tetapi tidak selengkap kompetitornya. Hal ini terjadi karena Sari Sanjaya memfokuskan produk yang memang sesuai dengan lidah masyarakat dan dapat dipesan secara berkali-kali. Maka dari itu, penulis memberikan poin 2.

Varian dari Pempek Seorang Sahabat memang lebih banyak sehingga mendapatkan poin 4.

Penulis merasa lebih baik memberikan prioritas di aspek lain untuk dimaksimalkan.

c. Lokasi Usaha

Lokasi dari Sari Sanjaya bertempat di jalan utama, aksesnya untuk parkir dan lewat jugalah mudah. Lokasi dari Sari Sanjaya juga berdekatan dengan mall dan kompleks. Penulis memberikan bobot 3 karena hal ini.

d. Harga

Harga juga merupakan hal yang diprioritaskan Sari Sanjaya agar tidak terlalu berlebihan maupun kekurangan karena masih menjaga kualitas. Harga disesuaikan dengan agar dapat bersaing dengan competitor. Harga produk juga disesuaikan dengan fasilitas yang bisa digunakan oleh pelanggan.

e. Promosi

Promosi sangat penting untuk dapat mengembangkan brand perusahaan. Hal ini merupakan inti dari pengembangan ini. Tetapi pada saat ini promosi dari Sari Sanjaya belumlah terlalu berjalan, maka dari itu penulis memberikan poin 2. Kedepannya aspek promosi juga akan menjadi keunggulan dari Sari Sanjaya dengan adanya pengembangan ini.





f. Pelayanan

Pelayanan dalam bisnis makanan juga sama pentingnya dengan factor lain. Penulis berencana melakukan pelatihan untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja dari Sari Sanjaya. Proses rekrutmen juga akan dikembangkan sehingga tenaga kerja bisa ikut mengembangkan perusahaan ini kedepannya.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) merupakan suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek. *Strength* adalah kondisi yang menggambarkan kekuatan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini menganalisis kekuatan diperlukan untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing. Jika kekuatan perusahaan tersebut unggul dalam kualitasnya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat kualitas yang lebih baik.

Weakness adalah kondisi yang menggambarkan kelemahan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Kelemahan yang ada dapat menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan. Jika perusahaan perlu meneliti kekurangan – kekurangan yang dimiliki dalam bidang pemasaran. Hal ini perlu diperhatikan agar tidak membuat perusahaan menjadi kalah saing dan mundur dibandingkan para pesaing lainnya.

Opportunities adalah gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu perusahaan dan gambar tersebut dapat memberikan peluang untuk berkembangnya suatu perusahaan di masa depan. Peluang atau kesempatan ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membantu mencapai visi, misi, dan tujuan dalam jangka panjang.

Threats adalah gambaran ancaman dari suatu perusahaan dalam menjalankan suatu usaha. Dengan menganalisis ancaman, perusahaan dapat menghadapi berbagai macam faktor

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan dan menyalin, memperbanyak, atau menyebarkan 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.

lingkungan yang tidak menguntungkan yang dapat menyebabkan kemunduran suatu perusahaan.

Metode analisis ini sangat bermanfaat untuk mengetahui suatu permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil dari analisis ini biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan suatu perusahaan. Selain itu, metode ini juga membantu para pebisnis untuk melihat sisi – sisi yang terbaik atau tidak terlihat dari sebuah perusahaan. Berikut ini merupakan analisis SWOT dari Sari Sanjaya:

1. *Strength* (Kekuatan)

- a. Harga Terjangkau sesuai dengan kualitas produk.
- b. Kualitas Produk baik dan diminati.
- c. Lokasi usaha yang strategis.
- d. Pelayanan ramah dari SDM berkualitas

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a. Sistem promosi belum berjalan dengan baik
- b. Varian produk kurang lengkap

3. *Opportunity* (Peluang)

- a. Kesempatan Inovasi produk
- b. Pembukaan cabang dan partisipasi dalam event makanan
- c. Cara pemasaran unik untuk meningkatkan brand awareness
- d. Banyaknya jumlah pelanggan tetap.

4. *Threats* (Ancaman)

- a. Banyaknya pesaing makanan Palembang
- b. Harga bahan baku yang kemungkinan naik.





- c. Bisnis online yang berkembang memungkinkan munculnya competitor.
- d. Banyaknya pesaing yang menjual produk imitasi dengan harga murah.
- e. Makanan tradisional daerah lain.

Tabel 3. 3

SWOT Analysis

<p>Internal</p>	<p><i>Strength</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga Terjangkau sesuai dengan kualitas produk. 2. Kualitas Produk baik dan diminati. 3. Lokasi usaha yang strategis. 4. Pelayanan ramah dari SDM berkualitas 	<p><i>Weakness</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem promosi belum berjalan dengan baik 2. Varian produk kurang lengkap
	<p>Eksternal</p>	<p><i>Opportunity</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kesempatan Inovasi produk 2. Pembukaan cabang dan partisipasi dalam event makanan 3. Cara pemasaran unik untuk meningkatkan brand awereness 4. Banyaknya jumlah pelanggan tetap.
	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengenalkan produk di event-event makanan (S1, S2, S4, O2, O3) 2. Melakukan inovasi produk baru dengan tetap komitmen dengan ciri khas (S2, O1, O4) 3. Membuka cabang di daerah strategis dan sedikit pesaing (S3, O2, O3) 4. Meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan tetap dan selalu mempromosikan produk baru (S1, S2, S4, O1, O3, O4) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ikut serta event yang berpotensi meningkatkan brand awereness (W1, O2, O3) 2. Menambah varian produk berpotensi (W2, O1, O3) 3. Membuat dan mengembangkan pemasaran online (W1, O3) 4. Mengenalkan varian produk baru terhadap pelanggan tetap (W2, O3, O4)
	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyesuaikan harga dan kualitas, tidak mengejar keuntungan berlebih untuk menjaga 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat inovasi strategi pemasaran yang beda dari pesaing (W1, T1, T3, T6) 2. Membuat varian makanan Palembang yang dapat

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



2. Harga bahan baku yang kemungkinan naik.	hubungan dengan customer (S1, S2, T1, T2, T3, T4, T5, T6)	dinikmati semua kalangan masyarakat (W2, T1, T4, T5)
3. Bisnis online yang berkembang memungkinkan munculnya kompetitor.	2. Meningkatkan kualitas rumah makan dan pelayanan (S3,S4, T1, T3, T4, T6)	3. Membuat varian produk dengan harga terjangkau (W2, T2, T5)
4. Banyaknya pesaing yang menjual produk imitasi dengan harga murah.	3. Menghadirkan dan mempromosikan produk Palembang yang berkualitas (S2, T5, T6)	
5. Makanan tradisional daerah lain		
6. Inovasi produk dari pesaing		

Sumber : data diolah oleh Sari Sanjaya