

## **BAB II**

### **ANALISIS LINGKUNGAN**

#### **2.1. Analisis Lingkungan Internal**

Menurut David (2011) semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada bisnis yang sama kuatnya atau sama lemahnya di semua area. Kekuatan/kelemahan internal, ditambah dengan peluang/ancaman eksternal dan pernyataan misi yang jelas, memberi landasan untuk menetapkan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan tujuan untuk mendayagunakan kekuatan serta mengatasi kelemahan internal. Analisis Lingkungan internal adalah lingkungan organisasi yang berada di dalam organisasi tersebut dan secara normal memiliki implikasi yang langsung dan khusus pada perusahaan. Analisis lingkungan internal perusahaan didefinisikan sebagai suatu proses perencanaan strategi yang mengkaji bidang pemasaran, dan distribusi perusahaan, penelitian dan pengembangan, produksi dan operasi, sumber daya dan karyawan perusahaan, serta faktor keuangan dan akuntansi untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan dari masing-masing divisi tersebut sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang dengan cara yang paling efektif dan dapat menangani ancaman (Lawrence dan Wiliam, 2008).

Menurut Wheleen dan Hunger (2000) Lingkungan internal terdiri dari struktur (*structure*) dan sumber daya. Lingkungan Internal dari perusahaan ini “Bakso Binal” tergambar jelas pada analisis perusahaan. Pemahaman terhadap lingkungan internal perusahaan membantu pihak manajemen biasa menyesuaikan

strategi tepat yang bisa di terapkan pada lingkungan demi kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka Panjang

### **2.1.1. Analisis Perusahaan.**

#### **a Gambaran Umum**

Rancangan Usaha Firma Cindia, Desi, Josafat dan Erlang adalah perusahaan perdagangan dan produksi yang bergerak dalam bidang produksi Bakso cepat saji inovasi olahan Biji Beton. Rancangan usaha produk ini dijual dengan merek Bakso Binal, yang memiliki arti nama adalah Olahan Bakso Biji Nangka Milenial. Firma adalah salah satu bentuk perusahaan yang dapat dipilih oleh para pelaku usaha yang didirikan untuk menjalankan suatu usaha bersama di bawah satu nama bersama (Annurdi, 2017). Pemilihan bentuk usaha adalah firma, karena ketiga pemilik berperan juga sekaligus sebagai pemodal utama, dan usaha ditanggung bersama.

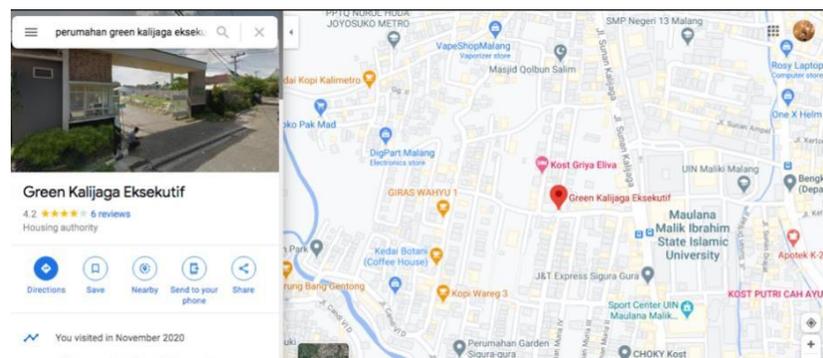
Inovasi produk Bakso Binal yang dijual merupakan Bakso lengkap dengan bumbu serta *topping* lainnya. Inovasi produk tidak hanya berupa Bakso varian original, namun juga Bakso dengan varian telur dan Bakso Jumbo. Produk olahan Biji Nangka ini bertujuan untuk menambah nilai nutrisi Bakso cepat saji. *Topping* Bakso yang ditawarkan antara lain gorengan, tahu cokelat, tahu putih, dan bunga tahu. Produk Bakso Binal merupakan produk sehat dan tanpa pengawet. Produk Bakso Binal dibuat dengan bahan alami. Produk Bakso Binal yang sehat sudah menjadi salah satu alternatif masyarakat untuk menjawab kebutuhan akan pola hidup sehat.

## b Sumber Daya yang Dimiliki

### 1. Sumber Pendanaan

Terkait dengan realisasi usaha Bakso Binal, modal yang dibutuhkan pelaku usaha adalah sebesar Rp 80.000.000,-, Modal ini sepenuhnya didanai oleh pemilik usaha Bakso Binal, yaitu Cindia Vitko Mitrikasatata, Desi Paramita Wulandari, Josafat Gracia Ginting, Galung Erlang Caka. Pemecahan pendanaan masing-masing anggota pemilik Bakso Binal adalah sebesar Cindia Vitko Mitrikasatata 40% atau sebesar Rp 32.000.000,-, Desi Paramita Wulandari, Josafat Gracia Ginting dan Galung Erlang Caka masing-masing sebesar 20% atau sebesar Rp16.000.000,-. Anggota pemilik yang bernama Cindia Vitko Mitrikasatata memiliki komposisi lebih besar, karena Cindia disini nantinya akan menjabat sebagai direktur dan lebih dominan dalam pengambilan keputusan. Permodalan ini juga disesuaikan dengan ketentuan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Kecil, dimana persyaratannya adalah wajib dimiliki oleh perusahaan perdagangan yang kekayaan bersihnya lebih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha (UKM Indonesia, 2019).

Penetapan dalam strategi harga produk Bakso Binal yang digunakan oleh pelaku usaha yakni menggunakan metode *Cost-Plus Pricing* yang digunakan oleh Bakso Binal yaitu penetapan harga jual per unit berdasarkan jumlah biaya per unit ditambah jumlah tertentu sebagai laba atau margin ( $\text{harga jual} = \text{biaya total} + \text{laba}$ ). Dalam hal ini, Bakso Binal akan mengambil margin laba yang tidak terlalu banyak dan memasang harga yang cukup terjangkau agar produk Bakso Binal dapat masuk ke pasaran dengan mudah.



**Gambar 6. Lokasi Pabrik Bakso Binal**  
**Sumber: (Google Maps, 2021)**

Lokasi pabrik Bakso Binal terletak di Perumahan Green Kalijaga Eksekutive no B-6, kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Lokasi pabrik merupakan rumah salah satu pendiri firma lokasi terletak di belakang Universitas Islam Malang yang merupakan pusat mahasiswa.

Lokasi yang dipilih memiliki alasan karena merupakan kawasan produksi dan perekonomian. Terdapat beberapa rumah produksi produk Usaha Kecil Menengah (UKM) di sekitar lokasi produksi perusahaan Bakso Binal. Lokasi juga dapat terbilang strategis karena mayoritas masyarakat adalah pengusaha dan merupakan kawasan yang memiliki berbagai macam aktivitas. Lokasi produksi yang strategis sangat mempermudah perusahaan untuk mencukupi kebutuhan tenaga kerja tambahan atau sumber daya manusia apabila diperlukan sewaktu-waktu untuk mendukung kegiatan produksi perusahaan yang meningkat.

## 2. Sumber Daya Manusia

Menurut Gammahendra, Hamid, dan Riza (2014) keefektifan perusahaan ditunjukkan dengan adanya metode sentralisasi dalam sebuah perusahaan. Metode sentralisasi atau pemusatan dilakukan untuk meningkatkan *sharing* informasi antara

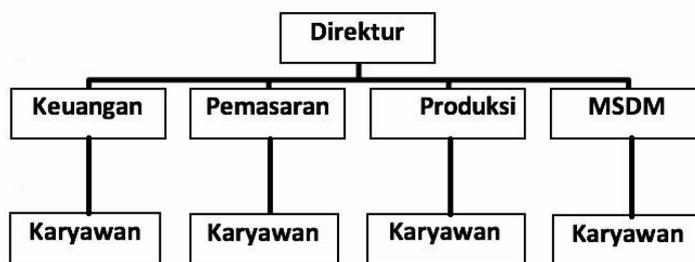
sesama unit kerja atau departemen. Hal ini dilakukan sebagai wujud pengembangan perencanaan perusahaan untuk jangka panjang, dan diharapkan setiap fungsi-fungsi manajemen dapat terimplementasi dengan baik.

Menurut Tanjung (2017) struktur organisasi yang baik dibuat berdasarkan empat pertimbangan. Pertimbangan tersebut adalah siapa yang akan melakukan apa, siapa yang memimpin siapa, saluran komunikasi dalam organisasi, dan pemusatan sumber daya yang dimiliki perusahaan terhadap sasaran. Keempat hal tersebut sebagai pertimbangan pembuatan struktur organisasi. Sehingga jenis struktur organisasi yang ideal yang dapat digunakan adalah struktur organisasi garis, dimana ciri perusahaannya adalah jumlah sumber daya manusia yang sedikit, tujuannya sederhana, dan hubungan pimpinan dan anggotanya dilakukan secara langsung.

Struktur adalah bagaimana perusahaan di organisasikan yang berkenaan dengan komunikasi, wewenang dan arus kerja. Struktur sering juga disebut rantai perintah dan digambarkan secara grafis dengan menggunakan bagan organisasi.

Awal berdirinya usaha firma dioperasikan langsung oleh pendiri usaha, yaitu Cindia, Desi, Josafat, dan Galung. Keempat pendiri juga menjadi penyumbang modal dari usaha ini. Galung akan berfokus menangani keuangan, Desi pada bagian produksi, sedangkan Cindia pada bagian pemasaran dan merangkap sebagai direktur dan Sumber Daya Manusia (SDM) akan dilaksanakan oleh Josafat. Pada tahun pertama dan kedua, perusahaan akan dibantu oleh dua orang karyawan yaitu pada bagian pemasaran dan bagian produksi. Pada tahun ketiga hingga kelima, perusahaan akan dibantu oleh menambah satu karyawan untuk bagian produksi, pemasaran, keuangan dan SDM untuk memperlancar kegiatan produksi dan

distribusi barang kepada konsumen.



**Gambar 7. Struktur Perusahaan Bakso Binal**

Sumber: Olahan Penulis (2021)

Tenaga kerja yang dipilih oleh perusahaan Bakso Binal tentunya akan diberikan pembelajaran sesuai dengan *standart* protokol kesehatan perusahaan menurut (Cahyadi, 2020) seperti:

1. Di pintu masuk tempat kerja lakukan pengukuran suhu dengan menggunakan *thermogun*, dan sebelum masuk kerja terapkan *Self Assessment Risiko COVID-19* untuk memastikan pekerja yang akan masuk kerja dalam kondisi tidak terjangkit *COVID-19*.
2. Memfasilitasi tempat kerja yang aman dan sehat:
  - a Menyediakan *hand sanitizer* dan *hygiene* sanitasi lingkungan kerja
  - b Sarana cuci tangan

Bakso Binal meningkatkan manajemen sumber daya manusia dengan cara meningkatkan *professional* pegawai, dimana pengelolaan atau para investor memiliki peran penting pada kualitas produksi maupun pelayanan. Tolak ukur yang tepat untuk melihat tingkat kepuasan pegawai atau para investor.

Karyawan yang dimiliki masih sedikit karena keterbatasan anggaran yang ada, sehingga para pendiri Bakso Binal harus campur tangan dalam produksi. *Start Up* awal perusahaan Bakso Binal hanya memiliki 1 tenaga kerja di bagian produksi dan 2 tenaga kerja di bagian kios, di mana perkiraan produksi yang dihasilkan per hari adalah sebanyak 100 porsi Bakso Binal. Perusahaan memiliki jumlah target produksi yang akan selalu dipastikan sesuai, sehingga waktu akan lebih banyak digunakan di bagian produksi yang menjadi salah satu hambatan untuk para pendiri Bakso Binal memaksimalkan pemasaran dan perhitungan keuangan.

a. Keunggulan Perusahaan

Keunggulan usaha Bakso Binal yang paling utama ialah menawarkan produk makanan yang cepat saji namun tetap sehat untuk dikonsumsi. Keunggulan yang dimiliki Bakso Binal ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Produk Bakso Binal terbuat dari bahan-bahan alami yang kaya akan nutrisi seperti Biji Nangka menjadikan Bakso Binal tidak hanya memiliki variasi saja, namun juga memberi nilai tambah bagi tubuh, terutama terkait dengan dukungan akan pola hidup sehat di masyarakat.
2. Produk Bakso Binal bebas MSG, bahan pengawet, serta zat adiktif lainnya, sehingga aman untuk dikonsumsi tanpa perlu memikirkan dampak yang akan timbul pada kesehatan di masa mendatang.

Selain menyajikan produk makanan dengan tampilan menarik, sehat, serta cepat saji, rasa yang ditawarkan produk Bakso Binal juga berbeda dari Bakso pada umumnya karena Bakso Binal unik dan memiliki cita rasa sebagai makanan berbahan dasar Biji Nangka. Tekstur dari Bakso Binal juga lebih padat dibandingkan Bakso siap saji pada umumnya karena dibuat dari campuran tepung

yang terbuat dari biji Nangka yang umumnya mengandung protein. Produk Bakso Binal juga terdiri dari bumbu dan memiliki berbagai macam *topping* yang disediakan, antara lain gorengan, tahu, dan bunga tahu yang ditujukan bagi konsumen.

b. Teknologi yang dimiliki

Bakso Binal menggunakan teknologi komputer, sistem informasi, dan internet untuk menunjang proses bisnisnya yang meliputi keempat bidang manajemen, antara lain:

1. Manajemen Pemasaran

Bersentuhan dengan mempengaruhi pasar atau pembeli untuk membeli produknya. Perusahaan Bakso Binal mendistribusikan produknya melalui ke beberapa toko pedagang di seluruh wilayah Kota Malang. Selanjutnya distributor memiliki tingkat agen dan pengecer untuk memperluas dalam penjualan. Selain di toko pedagang Bakso Binal melakukan periklanan dan penjualan di *sosial* media dan berbagai *online* seperti *Instagram*, *Shopee*, *Gojek*, dan lain- lain.

Berpandu pada proses bisnis manajemen pemasaran, teknologi yang digunakan Bakso Binal adalah *Microsoft Word* dan *Microsoft Excel* untuk pencatatan data konsumen serta aplikasi *editing* seperti *Canva*, *Illustrator*, *Photoshop* guna membuat konten berupa *advertisement* untuk mengenalkan produk Bakso Binal kepada masyarakat. Iklan promosi dan penjualan produk Bakso Binal dilakukan melalui *e-commerce* lewat *online marketplace*, toko *online*, dan toko *online* di media sosial, bekerja sama dengan *transportasi online*. Adapun beberapa media sosial, *e-commerce*, dan *transportasi online* yang digunakan oleh Bakso Binal, antara lain:

a *E-Commerce*, meliputi:

1) *Online Marketplace* : *Tokopedia dan Shopee*

2) *Toko Online* : *Lazada*

3) *Toko Online Media Sosial* :

a) *Facebook* : *BaksoBinal*

b) *Instagram* : *BB\_Kane*

c) *Youtube* : *BaksoBinal*

d) *Whatsapp* : *082257090531*

b. *Transportasi Online*, meliputi *Go Jek (Go-Food)* dan *Grab (Grabfood)*.

## 2. Manajemen Sumber Daya Manusia

Proses bisnis manajemen sumber daya manusia menjadikan seluruh kegiatan operasional usaha yang dijalankan oleh pemilik firma sendiri selaku pelaku usaha sekaligus penyeter modal. Mengenai teknologi yang digunakan terkait sumber daya manusia pada saat Bakso Binal memiliki pendukung teknologi antara lain, *Microsoft Word* dan *Microsoft Excel* sebagai media pencatatan data karyawan, berupa pembuatan slip gaji, kontrak kerja, dan penilaian kerja karyawan, serta pemanfaatan sistem informasi manajemen untuk mengelola absensi karyawan.

## 3. Manajemen Produksi

Terkait proses bisnis manajemen produksi, Penerimaan barang hasil produksi, penyimpanan, dan distributor produk pada konsumen atau pembeli. Dalam proses penyampaian produk ke tempat penjualan menggunakan mobil dimana di perlukan bahan bakar dan tenaga kerja.

Berkaitan dengan teknologi yang digunakan Bakso Binal adalah *Microsoft Word, Excel*, dan sistem informasi manajemen untuk pencatatan data pemasok, pencatatan bahan baku, arus masuk dan keluar bahan baku, persediaan bahan baku, serta pencatatan produk jadi. Selain itu, proses pembuatan. Bakso Binal juga menggunakan *energy*, mesin dan peralatan yang membuat proses produksi menjadi lebih efektif dan efisien dengan hasil yang bagus. Dikarenakan produk Bakso Binal bersifat kering dan mudah hancur, maka pengemasan produk bakso dibuat sesuai dengan ukurannya (*press*) untuk menjamin keamanan dan ketahanan produk hingga sampai di tangan konsumen.

#### 4. Manajemen Keuangan

Terhubung oleh proses bisnis manajemen keuangan, teknologi yang digunakan Bakso Binal adalah *Microsoft Word, Excel* dan aplikasi buku kas guna membuat pembelian, pencatatan transaksi penjualan dan laporan keuangan, serta teknologi *e-banking (internet banking, mobile banking, dan SMS banking)* untuk proses pembayaran, sehingga boleh memudahkan transaksi antara pelaku usaha Bakso Binal dengan konsumen.

## **2.2. Analisis Lingkungan Eksternal**

### **2.2.1. Analisis PEST**

PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi). Hubungan diantara semua kekuatan ini secara signifikan mempengaruhi semua produk, jasa, pasar, dan organisasi didunia. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengembangkan misi dan mendesain strategi untuk mencapai jangka panjang, dan dari pendekatan ini nantinya akan teridentifikasi gambaran tentang peluang yang tercipta dan tantangan yang harus dijawab. Menurut Ward dan Peppard (2016), analisis PEST adalah suatu

teknik analisis dalam manajemen strategi untuk memperhatikan faktor-faktor lingkungan bisnis yang meliputi bidang politik, ekonomis, sosial, dan teknologi. Analisa PEST bertujuan untuk mengkaji potensi pertumbuhan yang berorientasi pada dampak pendapatan sebuah objek yang di analisa sebagai aspek ekonomi makro yang mendukung evaluasi program saat perencanaan, sedang berjalan dan setelah dilakukan demi identifikasi potensi yang akan terjadi (Slamanig, 2012).

a. Analisis Politik

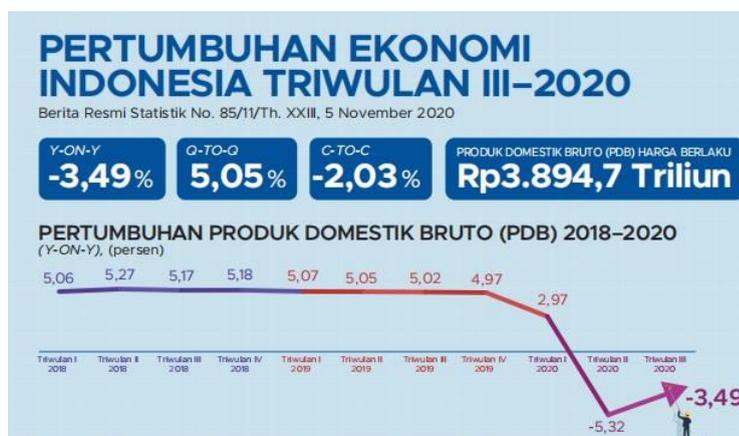
Faktor politik yang dimaksud mencakup hukum perundang-undangan, regulasi pemerintah, kebijakan atau isu lingkungan, kebijakan perdagangan, maupun situasi politik pemerintahan yang dapat memberi dampak keputusan pada kelangsungan suatu usaha. Sesuai kebijakan yang tersedia, UMKM baru perlu untuk mengurus perizinan terlebih dahulu sebelum menjalankan aktivitas bisnisnya.

Beberapa perizinan usaha pemerintah yang harus dilakukan usaha UMKM baru antara lain SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), TDP (Tanda Daftar Perusahaan), HO (Izin Gangguan), IRTP (Industri Rumah Tangga Pangan), Hak Merek, dan Sertifikasi Halal. SIUP, TDP, dan HO merupakan perizinan yang paling utama yang harus dipenuhi apabila hendak mendirikan suatu usaha. IRTP dan Sertifikasi Halal adalah perizinan yang berkaitan mengandung jaminan bahwa produk makanan olahan rumah yang diproduksi suatu usaha tidak mengandung bahan yang berbahaya bagi tubuh serta aman dikonsumsi bagi umat muslim. Hak Merek berfungsi sebagai tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan oleh suatu usaha atau badan hukum sebagai jaminan atas kualitas barang atau jasa yang dihasilkan (Sugiarti, 2016).

Tanda Daftar Perusahaan (TDP) merupakan salah satu syarat yang harus dimiliki oleh badan usaha dan merupakan bukti bahwa perusahaan melakukan kegiatan usahanya secara sah. Jadi TDP adalah salah satu syarat mutlak yang wajib dimiliki oleh para pelaku usaha di Indonesia. Tanda Daftar Perusahaan tertuang dalam pasal 5 UU No. 32 Tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan, bahwa setiap perusahaan wajib didaftarkan dalam daftar perusahaan yang harus dilakukan oleh pemilik atau pengurus perusahaan yang bersangkutan. Tujuan Bakso Binal mendaftarkan TDP adalah sebagai peluang untuk menjamin identitas perusahaan dan keberlangsungan perusahaan.

b. Analisis Ekonomi

Faktor ekonomi meliputi seluruh faktor yang mempengaruhi daya beli dari *customer* dan mempengaruhi iklim berbisnis suatu perusahaan. Faktor ekonomi juga erat kaitannya dengan keadaan perekonomian Indonesia, pendapatan dan daya beli masyarakat, serta keadaan iklim usaha. Faktor yang juga berkaitan erat dengan keberlangsungan suatu usaha adalah tingkat inflasi dan daya beli masyarakat di Kota Malang juga mencakup perilaku konsumsi masyarakat. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia, ekonomi Indonesia pada triwulan III-2020 mengalami kontraksi penurunan sebanyak 3,49 persen bila dibandingkan dengan triwulan III-2019, namun mengalami pertumbuhan sebesar 1,83 persen bila dibandingkan dengan triwulan II-2020. Hal ini juga satu kondisi dengan adanya dampak pandemi *Covid-19* ini yang sangat mempengaruhi kinerja ekonomi di Indonesia.



**Gambar 8 . Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan III-2020**  
Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2021)

Perekonomian di Indonesia mempunyai dampak yang besar pada daya beli masyarakat. Dalam hal ini, pertumbuhan ekonomi yang bagus membawa dampak yang baik pula terhadap daya beli dan perilaku konsumsi masyarakat (Sedyaningrum, Suhadak, dan Nuzula, 2016). Inflasi yang dialami Kota Malang pada akhir tahun 2020 mengindikasikan adanya optimisme pertumbuhan ekonomi pada triwulan IV tahun 2020. Setelah beberapa periode sebelumnya Kota Malang mencatatkan lima bulan deflasi, pada Desember 2020 ini justru mencatatkan inflasi. Artinya daya beli masyarakat mulai tumbuh yang tercermin dari kenaikan harga, khususnya pada komoditas makanan, minuman dan tembakau sebagai akibat dari permintaan yang meningkat dan daya beli masyarakat yang meningkat menjadikan peluang untuk setiap usaha seperti Bakso Binal. Tumbuhnya daya beli masyarakat diharapkan dapat memicu pertumbuhan ekonomi Kota Malang karena konsumsi swasta atau masyarakat akan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah.

Pernyataan ini menjadi suatu peluang bagi para pelaku usaha dalam menciptakan suatu bisnis yang dapat menarik minat masyarakat Indonesia,

khususnya di daerah Malang Raya. Oleh sebab itu, dibutuhkan juga analisis dalam hal kondisi perekonomian Kota Malang yang ditinjau dari tingkat inflasi.

**Tabel 2. Tingkat Inflasi Kota Malang dan Provinsi Jawa Timur Tahun 2014- 2020**

<b>Tahun</b>	<b>Inflasi Kota Malang (%)</b>	<b>Inflasi Provinsi Jawa Timur (%)</b>
2014	8,14	5,97
2015	3,32	6,08
2016	2,62	3,09
2017	3,75	4,06
2018	2,98	2,90
2019	1,93	2,12
2020	1,42	1,44

Sumber: (Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2020)

Tingkat inflasi adalah salah satu indikator yang menggambarkan bagaimana kondisi perekonomian masyarakat di suatu wilayah dalam periode waktu tertentu. Setiap tahun, pemerintah selalu menargetkan tingkat inflasi tertentu untuk menjaga kestabilan perekonomian nasional, dimana target inflasi pada tahun 2020 secara nasional adalah sebesar 1,68%. Menurut Kepala Badan Pusat Statistik, Suhariyanto, inflasi Indonesia di tahun 2020 sudah cukup terkendali dan baik, meskipun perekonomian Indonesia mengalami penurunan, yaitu dengan capaian akhir sebesar 0,45%. Dalam hal ini, berdasarkan data yang telah didapatkan, tingkat inflasi Kota Malang dan Provinsi Jawa Timur dari tahun 2016 hingga 2019 terlihat lebih stabil dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2019, tingkat inflasi Kota Malang dan Provinsi Jawa Timur juga terlihat lebih sejalan dengan target inflasi nasional Indonesia, sehingga hal ini dapat berdampak baik pula bagi perkembangan suatu usaha.

Penyesuaian harga BBM saat ini berdasarkan implementasi Keputusan Menteri (Kepmen) ESDM No. 62 K/12/MEM/2020 tentang Formula Harga Dasar

Dalam Perhitungan Harga Jual Eceran Jenis Bahan Bakar Minyak Umum Jenis Bensin dan Minyak Solar yang Disalurkan Melalui Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum atau Stasiun Pengisian Bahan Bakar Nelayan menjadikan peluang tersendiri bagi usaha seperti Bakso Binal. Pada periode ini harga BBM Pertamina selama di tahun 2021 tidak mengalami perubahan untuk wilayah Jawa Bali.

c. Analisis Sosial

Faktor sosial akan menjadi suatu target pasar untuk pemasaran suatu produk dalam hal ini. Terbagi beberapa faktor sosial yang mempengaruhi tingkat penjualan produk suatu usaha, beberapa yang paling utama adalah faktor demografi dan faktor indeks pembangunan manusia, kemudian diikuti dengan faktor lainnya, yaitu permintaan kebutuhan, sosial budaya masyarakat, wisata kuliner Kota Malang. Faktor demografi dilihat dari jumlah penduduk Kota Malang dan Provinsi Jawa Timur yang secara umum, setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan.

**Tabel 3. Pertumbuhan Penduduk Kota Malang dan Provinsi Jawa Timur Tahun 2014-2018**

Tahun	Kota Malang (Jiwa)	Keterangan (Persen)	Provinsi Jawa Timur (Jiwa)	Keterangan (Persen)
2014	851.298	0,61	38.610.202	0,64
2015	856.410	0,63	38.847.561	0,61
2016	861.414	0,60	39.075.152	0,58
2017	866.118	0,58	39.292.972	0,56
2018	870.682	0,55	39.500.851	-

Sumber: (Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2018)

Menurut Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk Kota Malang dan Provinsi Jawa Timur selama kurun waktu tahun 2014 hingga tahun 2018 terus mengalami peningkatan yang signifikan, namun tingkat pertumbuhannya terlihat mengalami

penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan jumlah penduduk ini bisa menjadi peluang untuk para pelaku usaha agar dapat menarik perhatian dan minat masyarakat di Kota Malang secara lebih menyeluruh. Semakin besar tingkat pertumbuhan penduduk di suatu wilayah, maka semakin baik pula dampak yang diberikan bagi pengembangan usaha di wilayah tersebut, yang dalam hal ini ada di daerah Malang Raya (Sari dan Harjanti, 2016).

Selain melihat tingkat pertumbuhan penduduk di Kota Malang, faktor lain yang berpengaruh pada suatu usaha adalah indeks pembangunan manusia, yaitu indikator yang mengukur keberhasilan dalam upaya membangun kualitas hidup manusia di suatu wilayah. Indeks pembangunan manusia berpengaruh menjadi suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesadaran masyarakat akan umur panjang dan hidup sehat, pengetahuan, dan standar hidup layak. Elemen pengukuran pada indeks pembangunan manusia terdiri dari empat faktor, diantaranya ada angka harapan hidup, angka harapan lama sekolah, rata-rata lama sekolah, dan Produk Nasional Bruto (PNB) per kapita (Badan Pusat Statistik, 2019). Adapun Badan Pusat Statistik mengelompokkan status pembangunan manusia berdasarkan besar indeks pembangunan manusia menjadi empat kategori, yaitu sangat tinggi ( $IPM \geq 80$ ), tinggi ( $70 \leq IPM < 80$ ), sedang ( $60 \leq IPM < 70$ ), dan rendah ( $IPM < 60$ ) (Badan Pusat Statistik, 2016)

**Tabel 4. Indeks Pembangunan Manusia Kota Malang dan Provinsi Jawa Timur Tahun 2014-2018**

Tahun	IPM Kota Malang	IPM Provinsi Jawa Timur
2014	78,96	68,14
2015	80,05	68,95
2016	80,46	69,74
2017	80,65	70,27
2018	69,40	70,77

Sumber: (Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2019)

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, dapat dilihat bahwa peningkatan indeks pembangunan manusia di Kota Malang searah dengan peningkatan indeks pembangunan manusia di Provinsi Jawa Timur selama periode 2014 sampai 2018. Dilihat dari kategori status pembangunan manusia menurut Badan Pusat Statistik (2016), indeks pembangunan manusia di Kota Malang tahun 2014-2018 tergabung ke dalam kategori tinggi menuju sangat tinggi, sedangkan indeks pembangunan manusia di Provinsi Jawa Timur tahun 2014- 2018 termasuk ke dalam kategori sedang menuju ke tinggi.

Hal ini dapat diketahui pada tingkat kesadaran masyarakat Kota Malang dan Provinsi Jawa Timur akan pentingnya kesehatan, pendidikan, dan kehidupan yang layak terus mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2014 hingga tahun 2018, meskipun Kota Malang mengalami penurunan di tahun terakhir. Tingginya tingkat kesadaran masyarakat terhadap kehidupan yang lebih baik boleh menjadi peluang untuk usaha yang berfokus pada pola yang hidup sehat, seperti usaha kuliner sehat, jasa kesehatan, dan lain sebagainya, sehingga saat ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat cukup menyadari pentingnya untuk mengonsumsi makanan yang sehat seperti produk Bakso Binal. Budaya masyarakat Indonesia yang juga mendukung perusahaan seperti Bakso Binal adalah pola kehidupan yang

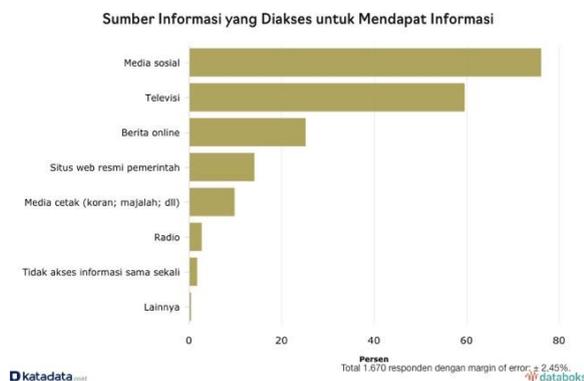
cenderung sibuk, yang menyebabkan banyak orang tidak memiliki waktu luang untuk membuat makanannya sendiri, sehingga harus membeli makanan diluar untuk mengoptimalkan efisiensi waktu.

#### d. Analisis Teknologi

Faktor teknologi di sini mencakup semua hal yang dapat membantu dalam menghadapi rintangan bisnis dan mendukung efisiensi proses bisnis suatu usaha. Teknologi informasi memiliki peran penting di dalam dunia usaha. Keberhasilan suatu usaha tidak lepas dari peran teknologi dengan basis internet sebagai media komunikasi dan informasi yang menunjang proses bisnis. Dengan berbisnis menggunakan teknologi dan jaringan internet, peluang pasar akan terbuka lebih luas dan mempermudah pelaku usaha dalam mempromosikan produknya serta mencari konsumen (Utami, 2010). Suatu usaha untuk bertahan dalam kompetisi seiring berkembangnya zaman tentunya akan menerapkan penggunaan teknologi dan internet sebagai kebutuhan utama dalam menyanggah kelangsungan bagi aktivitas bisnisnya.

Menurut Cross (2013) Media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis *web*. Dikarenakan internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan. Disisi lain pemasaran *online* menggunakan media sosial untuk mempermudah pemilik usaha *online* untuk mempelajari konsumen lebih cepat. Data pengalaman konsumen yang diperoleh

melalui jejaring sosial bisa dimanfaatkan sebagai dasar dalam membuat keputusan lebih tepat ke depannya.



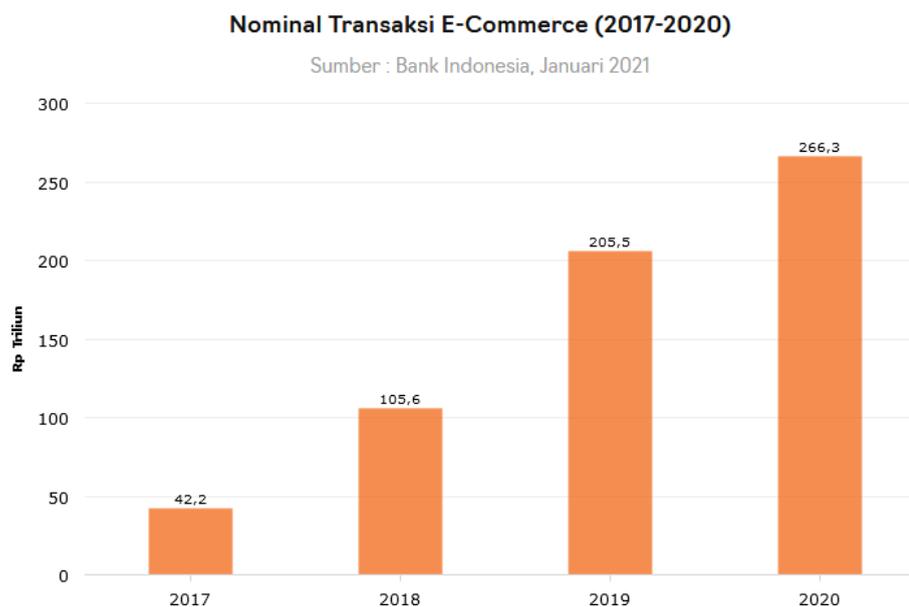
**Gambar 9 . Data Sumber Informasi yang Diakses untuk Mendapatkan Informasi**  
 Sumber: (Databoks, 2021)

Berdasarkan hasil penelitian dari *We Are Social* dan *Hootsuite* yang dirilis pada bulan Januari 2020, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 1.670 responden atau sebesar 76 persen dari total populasi penduduk Indonesia. Angka ini merupakan peningkatan sebesar 20 persen dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia paling banyak mengakses konten video, *chatting*, media sosial, serta aktivitas jual beli *online*. Dengan data tersebut, maka peluang keberhasilan usaha yang berbasis internet, seperti *e-commerce*, transportasi *online*, toko *online*, dan bisnis lainnya menjadi besar (Radar Malang, 2019). Pemanfaatan teknologi *internet* dalam hal ini tentu akan berdampak baik bagi kelangsungan suatu usaha di Indonesia.



**Gambar 10 . Penggunaan Media Sosial di Indonesia Tahun 2020**  
Sumber: (Databoks, 2020)

Adapun *platform* media sosial dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu media jejaring sosial dan *messenger*. Menurut hasil riset dari *We Are Social* dan *Hootsuite* pada tahun 2018, terdapat beberapa media sosial yang aktif digunakan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2020, Lima besar di antaranya adalah *Facebook, You Tube, Whatsapp, Facebook Massanger, We Chat, dan Instagram* (Databoks, 2020). Data ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia cenderung mengakses kelima media sosial tersebut sebagai alat untuk memperoleh informasi sekaligus sebagai alat komunikasi sehari-hari. Dalam hal ini, pelaku usaha memiliki peluang terkait penentuan strategi promosi dengan menggunakan media sosial untuk mengenalkan dan memasarkan produknya.

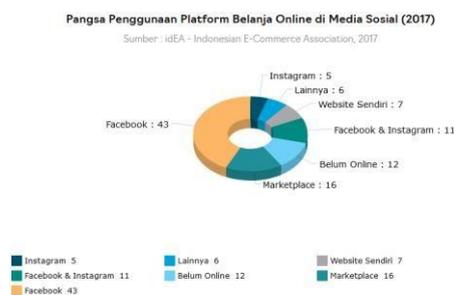


**Gambar 11 . Data Transaksi *E-Commerce* Indonesia (2017-2020)**  
Sumber: (Databoks, 2020)

Melihat tingginya minat masyarakat Indonesia dalam mengakses internet dan media sosial, pelaku usaha kemudian memanfaatkan hal ini sebagai media untuk berwirausaha dengan basis *online*. Hal ini dapat ditunjukkan jumlah transaksi *e-commerce* yang terus meningkat pesat selama periode 2017 hingga 2020, dan perkembangan *e-commerce* ini juga dipicu oleh beraneka penawaran produk dan jasa layanan *online* yang inovatif, unik, mudah, dan sesuai fungsinya. Selain itu, hal ini juga didorong pula dengan jumlah pengguna internet yang terus bertambah, biaya penggunaan *internet* yang semakin terjangkau, serta antusiasme masyarakat dalam menggunakan internet guna memudahkan aktivitas kehidupan sehari-hari.

Sejalan dengan pesatnya transaksi *e-commerce* tersebut, transaksi pembayaran digital juga meningkat pesat yang tercermin dari volume penggunaan uang elektronik dalam transaksi *e-commerce*. Kenaikan volume tersebut menyebabkan pangsa penggunaan uang elektronik dalam transaksi *e-commerce* pada kuartal IV 2020 mencapai 41,71%, jauh melebihi pangsa penggunaan metode

transfer bank dan tunai yang masing-masing hanya mencapai sekitar 20,23% dan 19,01% (Databoks, 2020). Dalam hal ini, dari sisi pelaku usaha, *e-commerce* tidak hanya sebagai tempat untuk mempromosikan dan menjual produk atau jasa, namun juga menjadi media yang penting bagi UMKM Indonesia untuk memulai dan mengembangkan usahanya. Sedangkan dari sisi konsumen, masyarakat dapat menemukan produk yang dicari dengan lebih mudah dan praktis dengan proses transaksi yang cepat dan juga aman (Fauziyah, 2018).



**Gambar 12. Data Pangsa Penggunaan Platform Belanja Online di Media Sosial Tahun 2017**  
Sumber: (Databoks, 2019)

Berkaitan dengan pemanfaatan *e-commerce* sebagai media untuk berbelanja *online*, berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi E-Commerce Indonesia (IDEA) terhadap kurang lebih dua ribu UMKM di sepuluh kota di Indonesia pada tahun 2017, menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha menggunakan media sosial sebagai alat untuk melakukan promosi dan transaksi secara *online*. Dalam hal ini, media sosial yang dimaksud adalah *Facebook* dan *Instagram*. Kemudian di urutan selanjutnya, adalah pemanfaatan *marketplace*, *website*, dan lainnya sebagai tempat untuk melakukan proses pemasaran produk atau jasa dan kegiatan jual beli secara *online* (Databoks, 2020).

enurut Rinawati dan Dewi (2014:21) menyatakan bahwa salah satu faktor penunjang keberhasilan suatu industri manufaktur ditentukan oleh kelancaran proses teknologi produksinya. Sehingga bila proses produksi lancar, penggunaan mesin dan peralatan produksi yang efektif dan menghasilkan produk berkualitas, waktu penyelesaian pembuatan yang tepat dan biaya produksi yang murah. Proses tersebut tergantung dari kondisi sumber daya yang dimiliki seperti manusia, mesin ataupun sarana penunjang lainnya, dimana kondisi yang dimaksud adalah kondisi siap pakai untuk menjalankan operasi produksinya, baik ketelitian, kemampuan ataupun kapasitasnya. Dengan adanya teknologi produksi yang membantu proses produksi Bakso Binal dapat mengoptimalkan efektifitas permintaan produksi pada perusahaan.

Berikut merupakan Tabel 5 hasil analisis politik dan hukum, ekonomi, *social* dan teknologi pada perusahaan Bakso Binal:

**Tabel 5. Analisis PEST Bakso Binal**

<b>Faktor</b>	<b>Fakta</b>	<b>Dampak</b>	<b>Peluang/Ancaman</b>
<b>Politik,</b>	Regulasi pemerintahan terkait sertifikasi halal	Konsumen lebih yakin dan percaya pada produk yang memiliki sertifikasi halal sehingga ragu untuk mencoba mengonsumsi produk Bakso Binal yang belum memiliki sertifikasi halal	Ancaman
	Tanda daftar perusahaan	Memudahkan dalam memasarkan produk. Manajemen perusahaan lebih sehat. Melindungi perusahaan dari ke tidak jujur.	Peluang
	Perpajakan	1. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Konsumen harus membayar pajak sebesar 10% kepada pemerintah pusat	Ancaman

Faktor	Fakta	Dampak	Peluang/An caman
		2. Pajak Pembangunan (PB1) Pajak yang harus dibayarkan pemerintah oleh pemilik restoran yang dibayar dimuka. 3. Pajak penghasilan (PPh) Pajak yang harus dibayarkan tergantung seberapa besar pendapatan per bulannya. 4. Pajak Reklame Tarif pajak reklame yang harus dibayarkan sebesar 25%, dilihat juga dari jenis, waktu dan ukuran reklame tersebut. Beberapa kewajiban di atas dapat membuat harga produksi dan harga jual menjadi meningkat.	
<b>Ekonomi</b>	Stabilitas harga BBM	Tidak menambah pengeluaran beban biaya akomodasi	Peluang
	Daya Beli Masyarakat Kota Malang	Daya beli masyarakat kota Malang yang terus meningkat karena kota Malang menjadi salah satu kota pariwisata dan kota pelajar, sehingga membuat tingkat konsumsi masyarakat akan makanan juga meningkat	Peluang
	Bahan baku	Tidak ada banyak perubahan harga produksi dan harga jual produk Khususnya bahan baku utama biji Nangka	Peluang
<b>Sosial</b>	Pertambahan Jumlah Penduduk	Masyarakat menjadi lebih luas dan lebih banyak lagi.	Peluang

Faktor	Fakta	Dampak	Peluang/Ancaman
	Budaya	Kehidupan masyarakat Indonesia yang sibuk, membuat lebih sering pemesanan makanan daripada memasak sendiri.	Peluang
Teknologi	Internet	Hampir seluruh warga Indonesia menggunakan internet melakukan promosi dapat diakses kapan saja dan di mana saja.	Peluang
	Aplikasi <i>commerce</i>	Memudahkan kedua belah pihak baik dari segi penjual maupun masyarakat untuk melakukan transaksi tanpa harus bertemu langsung lokasi <i>supplier</i>	Peluang
	Mesin Produksi Baru	Mempercepat proses produksi dan meningkatkan hasil produksi sehingga permintaan dapat terus terpenuhi	Peluang

Sumber: Data diolah 2021

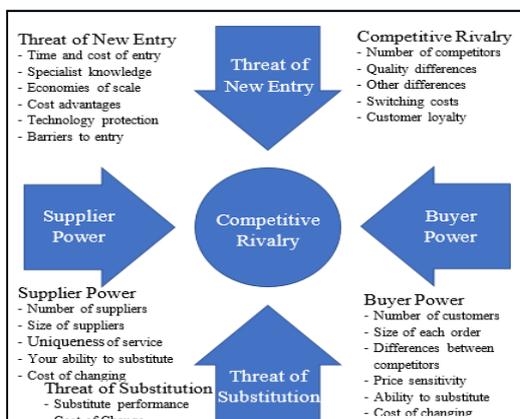
Dalam hal ini kondisi ekonomi, sosial, dan teknologi di Indonesia, terutama Kota Malang bersifat mendukung pengembangan usaha baru di Kota Malang. Namun dari segi faktor politik, adalah sebuah ancaman untuk usaha seperti Bakso Binal yang belum mengurus perizinan usaha, meskipun dalam mengurus perizinan usaha diberi kemudahan sehingga saat ini pelaku usaha dapat berwirausaha dengan melalui proses yang cepat dan biaya yang murah. Dalam mengurus sertifikasi halal, Bakso Binal akan berusaha menyelesaikannya dalam waktu dekat setelah usaha telah resmi berjalan. Bakso Binal akan memperhitungkan persyaratan biaya yang akan dikeluarkan serta persyaratan akan pemenuhan dokumen tertulis untuk mendapatkan sertifikasi halal dari MUI. Berdasarkan (PMK) Nomor

57/PMK.05/2021 tentang Tarif Layanan Badan Layanan Umum Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Pada Kementerian Agama, nominal biaya sertifikasi produk halal berkisar Rp.300.000 sampai Rp.5000.000.

Faktor ekonomi dilihat dari dua komponen yaitu tingkat inflasi dan indeks daya beli masyarakat yang meningkat, sehingga berdampak baik bagi pengembangan suatu usaha. Begitu juga dengan faktor sosial, dimana tingkat pertumbuhan penduduk dan indeks pengembangan manusia menunjukkan pengaruh yang positif bagi UMKM, terutama yang berkaitan dengan kesehatan masyarakat. Perkembangan teknologi saat ini juga mendukung kelangsungan suatu usaha baik dari segi pemasaran, produksi, dan pengendalian manajemen yang mempermudah aktivitas usaha secara keseluruhan.

### ***2.2.2 Five Force Competitive Advantage***

Strategi di tingkat bisnis dilakukan dalam rangka mempertahankan kemampuan kompetisi dari perusahaan dibandingkan para pesaingnya pada bisnis yang sama. Dan Untuk mengetahui posisi bisnis ditengah-tengah persaingan tersebut, perlu dilakukan analisis lingkungan mikro dari perusahaan tersebut yang menggambarkan posisi perusahaan, pesaing, pemasok, dan juga pelanggan yang memerlukan produk dari bisnis yang dijalankan. Salah satu model yang dapat membantu perusahaan dalam melakukan analisis ini adalah model 5 faktor pendorong kompetisi dari Michael Porter atau lebih di kenal dengan *Five Force Factor Model* (Databoks, Media Sosial Platform Paling Banyak Digunakan Saat Transaksi e-commerce, 2019).



**Gambar 13. Lima Kekuatan Persaingan dalam Industri**  
 Sumber:(Porter, 1994)

*Five Force Factor Model* merupakan kerangka untuk analisis industri dan pengembangan strategi bisnis yang dikembangkan oleh Michael E. Porter dari Harvard Business School pada 1979. Menggunakan konsep-konsep pengembangan, organisasi industri ekonomi untuk menurunkan lima kekuatan yang menentukan intensitas kompetitif dan karena itu daya tarik dari pasar. Porter menyatakan bahwa kelima kekuatan bersaing tersebut dapat mengembangkan strategi persaingan dengan mempengaruhi atau mengubah kekuatan tersebut agar dapat memberikan situasi yang menguntungkan bagi perusahaan. Faktor persaingan antar pesaing dalam industri yang sama inilah yang menjadi sentral kekuatan persaingan (Trisnawati, 2005).

Porter berpendapat bahwa beberapa industri ditakdirkan lebih menguntungkan (dan oleh karena itu, lebih menarik untuk dimasuki dan dihuni) dari pada industri lain. (Robbins, 2005). Menurut Porter terdapat dua persoalan mendasar yang akan menentukan strategi bersaing perusahaan. Pertama adalah

daya tarik industri (*attractiveness of Industry*) yang ditunjukkan oleh profitabilitas industri dalam jangka panjang. Kedua, analisis terhadap berbagai faktor yang akan menentukan posisi persaingan (*competitive position*) perusahaan dalam industri (Solihin, 2012)

Berikut merupakan hasil analisis *Five Force Factor Model* yang akan dihadapi oleh Bakso Binal :

*a Threat of New Entry*

Faktor pertama adalah *Threat of New Entry*, Bakso Binal merupakan salah satu produk inovatif yang baru muncul di Malang maupun di Indonesia. Kemunculan produk baru Bakso Binal ini dapat menarik kemungkinan bagi orang lain untuk membentuk produk yang serupa karena produk Bakso Binal dapat dibidang salah satu produk unik yang akan diminati oleh masyarakat. Selain itu, proses produksi Bakso Binal juga sangat mudah dan tidak membutuhkan banyak modal untuk membuatnya. Hal ini akan memperbesar peluang munculnya usaha baru saat Bakso Binal sudah mulai dikenal oleh masyarakat yang menjadi ancaman bagi perusahaan.

*b. Suppliers Powers*

Faktor kedua adalah *Suppliers Powers* yang merupakan *supplier* biji Nangka bagi Bakso Binal. Saat ini biji Nangka adalah salah satu jenis biji-bijian yang sangat mudah didapatkan. Ada banyak di perusahaan keripik nangka, pedagang buah dan pedagang es buah Nangka di Jawa Timur yang dapat menjadi *supplier* pengganti Bakso Binal saat ada kendala yang mungkin ada pada *supplier* utama Bakso Binal. Harga biji Nangka juga tidak terlalu mahal sehingga harga jual yang ditawarkan juga tidak terlalu tinggi karena harga pokok yang dibutuhkan juga tidak terlalu

tinggi. Bahan baku juga tidak dikuasai oleh satu *supplier* saja, yang artinya tidak akan terjadi monopoli perdagangan dan *supplier* pun tidak mencoba memberikan harga yang kompetitif kepada perusahaan. Hal ini membuat perusahaan memiliki strategi yang tepat untuk memilih *supplier* dengan kualitas dan harga yang sesuai dengan kebutuhan.

*c. Buyers Power*

Faktor ketiga adalah *Buyers Power* yang menentukan keputusan pembelian konsumen berdasarkan harga yang ditawarkan. Dalam faktor ini, harga yang ditawarkan Bakso Binal tidak terlalu tinggi, sehingga konsumen tidak akan mempertimbangkan harga yang ditawarkan untuk mendapatkan Bakso Binal. Tidak hanya itu, Bakso Binal juga dapat meningkatkan penjualan Bakso Binal dengan memberikan *frozen* satu porsi bakso di tempat indomaret atau toko *supermarket* lainnya. Harga Bakso Binal yang diterima banyak kalangan masyarakat akan memudahkan peningkatan penjualan Bakso Binal.

Bakso Binal ini juga memiliki peluang besar karena bakso siap saji dengan bahan dari biji nangka masih jarang dijumpai di Indonesia. Konsumen bersedia membayar sedikit lebih mahal dan beranggapan bahwa produk tersebut berbeda dari produk lain karena memiliki citra tertentu yang khas daripada produk lainnya. Citra yang baik dapat mempengaruhi persepsi konsumen sehingga citra yang baik dapat dikatakan salah satu aset penting dalam suatu perusahaan (Arimbawa dan Ekawati, 2017).

*d. Threat of Substitution*

Faktor ke-empat adalah *Threat of Substitution* yang merupakan beberapa produk menyerupai Bakso Binal yang dapat menggantikan posisi Bakso Binal

dalam persaingan. Beberapa produk yang mungkin akan menggantikan posisi Bakso Binal dalam pasar adalah produk-produk lainnya yang memiliki jenis produk yang sama seperti pedagang bakso di Kota Malang yang merupakan yang menyediakan makanan bakso cepat saji. Saluran ini dapat menjadi pengganti produk Bakso Binal.

Produk *substitusi* merupakan produk pemuas kebutuhan manusia yang saling menggantikan fungsinya (Kamasean, 2018). Dengan kata lain apabila tidak ada barang yang satu, maka dapat digantikan dengan barang lainnya. Produk *substitusi* yang lain dari Bakso Binal juga berasal dari berbagai jenis makanan lain yang ada di sekitar lokasi penjualan Bakso Binal. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa produk ini memiliki ancaman terhadap produk pengganti yang tinggi, namun konsumen dapat memilih dan mencoba jenis makanan lain sesuai selera mereka.

*e. Rivalry Among Existing Firms*

Faktor ke-lima adalah *Rivalry Among Existing Firms*. Untuk mengetahui jumlah dan jenis pesaing serta kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki, perusahaan perlu membuat peta persaingan yang lengkap. Pembuatan peta persaingan yang digunakan untuk melakukan analisis pesaing memerlukan langkah yang tepat, yaitu mengidentifikasi seluruh pesaing yang ada. Langkah ini perlu dilakukan agar kami mengetahui secara utuh kondisi pesaing kami. Ada dua jenis pesaing, yaitu:

1. Pesaing Langsung

Pesaing yang memproduksi barang yang hampir sejenis, seperti bakso jumbo, bakso Baka. Ketiga pesaing tersebut termasuk dalam jenis pesaing langsung, karena memiliki proses memasak yang sama, dan memiliki produk yang sama. Tetapi

ketiga produk tersebut tidak memiliki rasa dan tekstur berbeda, sedangkan Bakso Binal memiliki tekstur kenyal, warna yang agak gelap dan aroma yang khas.

Kemungkinan pesaing Bakso Binal yang lebih besar lainnya adalah beberapa produk olahan bakso yang sudah cukup terkenal di Malang seperti Bakso Presiden, Bakso Gun dan Bakso Kota, dan beberapa lainnya. Mereka menawarkan bakso yang beraneka variasi bakso dengan bakso yang bermacam-macam jenis (bakso halus, bakso urat, bakso tulang muda, bakso telur, dan lain-lain) yang dapat dipilih sesuai selera. Harga yang mereka tawarkan beragam ada yang hampir sama dengan harga yang ditawarkan Bakso Binal, ada juga yang jauh di atas harga yang ditawarkan Bakso Binal. Pesaing-pesaing ini juga sudah tersebar di beberapa tempat ramai di Kota Malang seperti *Malang Town Square*, *Mall Olympic Garden*, dan berbagai tempat restoran lainnya.

Bakso Presiden adalah salah satu pesaing dari Bakso Binal. Bakso Presiden menawarkan produk berupa variasi bakso berbeda. Harga yang ditawarkan Bakso Presiden bisa dibilang tinggi, begitu juga target konsumen dengan kelas menengah ke atas. Bakso Presiden ini membuka di tempat yang ada di l. Batanghari No.5, Rampal Celaket, Kec. Klojen, Kota Malang.

Berikut adalah gambar stand dan menu dari Bakso Presiden. Dari pengamatan yang dilakukan, Bakso Presiden menawarkan berbagai macam bakso dengan berbagai macam rasa. Sebagai contoh dengan uang sebesar Rp. 15.000,00 konsumen akan mendapatkan satu porsi bakso dengan ukuran kecil.



**Gambar 14. Bakso Presiden**

*Sumber: Google*

<https://images.app.goo.gl/b8ULqAt9YjpLnKFC8>



**Gambar 15. Menu Bakso Presiden**

*Sumber: Google*

<https://images.app.goo.gl/kTWs7a4Fcy5>

Pesaing kedua yang diamati adalah Bakso Kota Cak Man yang ada di Malang Ruko Grand Soekarno Hatta Jl. Soekarno Hatta No.25-26, Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang. Bakso kota Cak Man juga menawarkan berbagai macam bakso olahan seperti bakso jumbo kasar, bakso jumbo halus, bakso puyuh dan sebagainya dengan harga yang berkisar Rp. 5.000,00 hingga Rp. 11.000,00 sesuai dengan jenis bakso kemasannya. Bakso Binal dibandingkan dengan Bakso Kota Cak Man memiliki harga yang lebih mahal dengan selisih harga kurang lebih Rp.

10.000,00 sesuai dengan variannya. Bakso Kota Cak Man memiliki berbagaimacam variasi lebih sedikit di bandingkan dengan Bakso Presiden. Bakso ini sudah cukup dikenal oleh masyarakat dan banyak masyarakat menyukainya.



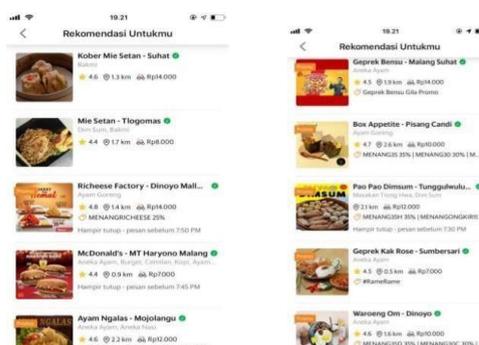
**Gambar 16. Menu Bakso Kota Cak Man**

Sumber: Google

<https://images.app.goo.gl/b8ULqAt9YjpLnKFC8>

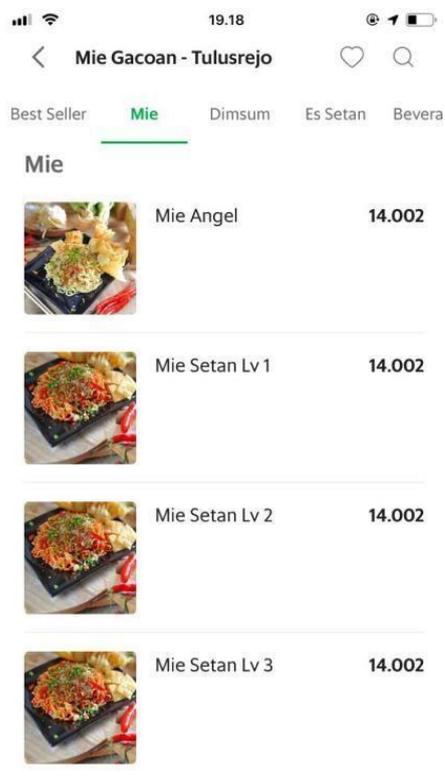
## 2. Pesaing Tidak Langsung

Pesaing tidak langsung adalah pesaing yang memiliki produk berbeda namun berada di sekitar lokasi dan sedang diminati oleh masyarakat. Gambar di bawah adalah hasil pencarian makanan di aplikasi *Gojek* dengan jarak tidak lebih dari 300m yang sedang laris dan juga memiliki nilai yang baik dari konsumen.



**Gambar 17 . Hasil Pencarian Food – Near me dari aplikasi Grab**

Sumber: Grab, Januari 2021



**Gambar 18. Salah Satu Pesaing Tidak Langsung – Mie Gacoan**  
Sumber: *Gojek*, Januari 2021

Salah satu pesaing tidak langsung yang diambil adalah Mie Gacoan. Mie Gacoan dapat disebut sebagai pesaing tidak langsung karena produk yang ditawarkan sama-sama merupakan makanan substitusi makanan pada umumnya. Mie Gacoan ini sudah sangat dikenal sebagai makanan pilihan untuk konsumen di daerah ini. Mie Gacoan menjual berbagai mie seperti mie Iblis dan mie setan yang memiliki beberapa macam level pedas, dan sebagainya. Harga yang ditawarkan Mie Gacoan mulai dari Rp. 10.000,00.

### 2.2.3. Analisis Pasar

Analisis pasar adalah komponen yang sangat penting dalam hal perencanaan pemasaran suatu produk. Analisis pasar merupakan bagaimana cara mengidentifikasi pasar, pelanggan atau konsumen, juga produk perusahaan. Analisis pasar ini menjadi hal penting yang wajib diketahui oleh setiap orang dan juga menjadi dasar serta fondasi yang bersangkutan untuk strategi pemasaran selanjutnya. Analisis strategi pasar memiliki objek penelitian yaitu meliputi analisis permintaan, peluang, dan konsumen. Sebagian besar perusahaan dalam skala kecil maupun menengah hanya berfokus kepada kegiatan produksi perusahaan. Berikut penjabaran dari analisis pasar:

#### a Analisis Konsumen

Fokus target pasar utama Bakso Binal adalah masyarakat kalangan muda seperti anak SMA atau perguruan tinggi di kota Malang dengan *range* umur 15 – 22. Perusahaan menargetkan kalangan tersebut dikarenakan Bakso Binal akan dikenalkan terlebih dahulu ke masyarakat Malang. Desain logo dan kemasan dibuat sederhana dan menarik untuk menarik minat beli masyarakat usia muda sehingga mudah dibawa-bawa dan praktis. Harga Bakso Binal yang ditawarkan juga terjangkau dan sesuai dengan Bakso Binal yang merupakan makanan yang dapat mengenyangkan sehingga bagi konsumen usia muda harga Bakso Binal tidak akan menjadi pertimbangan saat akan ingin membelinya.

Menurut Dewi (2013) analisis konsumen berguna untuk mengetahui kebutuhan konsumen serta bagaimana konsumen mengambil keputusan. Analisis konsumen dilaksanakan dengan tujuan agar perusahaan dapat merancang strategi

pemasaran yang dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Terdapat 2 (dua) analisis konsumen, yaitu profil konsumen dan keputusan pembelian konsumen:

#### 1. Profil Konsumen

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengonsumsi Bakso. Faktor individu merupakan faktor yang mempunyai pengaruh paling besar dalam keputusan mengonsumsi Bakso. Faktor individu meliputi kendala waktu, rasa, aroma, dan harga (Utami, Prabandari dan Susetyowati, 2017). Karakteristik responden dalam melakukan pembelian produk bakso di kota Malang berkisar 15-25 tahun sebesar 42%, berjenis kelamin perempuan sebesar 58% dan berpendidikan SMA sebesar 38%. Faktor-faktor bauran pemasaran yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian bakso adalah rasa, tingkat harga, tempat parkir luas dan pemasangan baleho (Gunawan, Hartono dan Nugroho, 2017).

Produk Bakso Binal baik dikonsumsi untuk usia anak-anak hingga dewasa, tetapi perusahaan memiliki fokus target pasar utama Bakso Binal adalah masyarakat kalangan muda di kelompok umur sekitar 22 tahun di kecamatan Lowokwaru, karena perusahaan Bakso Binal sendiri terletak di Jalan Perumahan Green Kalijaga Eksekutive, kecamatan Lowokwaru Kota Malang sehingga perusahaan akan mengenalkan terlebih dahulu ke masyarakat terdekat. Tabel 6 hasil sensus penduduk menunjukkan bahwa angka terbesar berada di Kecamatan Lowokwaru, dimana membuktikan bahwa peluang konsumen terbesar berada di lokasi saat ini.

**Tabel 6. Proyeksi Penduduk menurut Kecamatan  
Tahun 2014 -2020 (Jiwa)**

Kecamatan	Tahun						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Kedungkandang	183.927	186.068	188.175	190.274	192.316	194.341	196.298
Sukun	188.545	190.053	191.513	192.951	194.321	195.659	196.917
Klojen	104.590	104.127	103.637	103.129	102.584	102.018	101.410
Blimbing	176.845	177,792	178.564	179.368	180.104	180.805	181.426
Lowokwaru	192.066	193.321	194.521	195.692	196.793	197.859	198.839
Kota Malang	845.973	851.298	856.410	861.414	866.118	870.682	874.890

Sumber : Badan Pusat Statistik, Januari 2021

## 2. Keputusan Pembeli Konsumen

Kehidupan manusia tidak lepas dari aktivitas jual-beli. Sebelum melakukan pembelian, seseorang umumnya akan melakukan keputusan pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk. Pengertian keputusan pembelian, menurut Kotler dan Armstrong (2016) adalah keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berikut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, yaitu :

- a Usia dan Tahap Siklus Hidup Individu dalam membeli barang atau jasa biasanya disesuaikan dengan perubahan usia mereka. Pola konsumsi yang terbentuk juga berbeda antara individu-individu yang usianya berbeda (Kotler, 2016). Beberapa konsumen pasti beranggapan bahwa makanan yang akan dia konsumsi baik atau tidak untuk tubuhnya. Bakso Binal sebagai

makanan yang sehat pasti tidak menggunakan MSG atau bahan pengawet memiliki peluang untuk konsumen yang ingin hidup sehat. Produk Bakso Binal memiliki varian halus, kasar, besar, telur dan bakar, serta ada *topping* siomay, tahu goreng, tahu kembang, tahu putih, goreng bulat, goreng panjang, termasuk dimana dengan adanya varian dan *topping* tersebut konsumen bebas memilih jenis isian yang sesuai dengan selera atau kondisi kesehatan tubuhnya.

- b* Menurut Kotler (2016), Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Perusahaan dapat membaginya ke dalam dua level rangsangan. Situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan penguatan perhatian. Pada level itu orang hanya sekedar lebih peka terhadap informasi produk. Pada level selanjutnya, orang itu mungkin masuk ke pencarian informasi secara aktif yaitu, mencari bahan bacaan, menelepon teman, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu. Fokus target pasar perusahaan adalah kalangan remaja hingga lansia, sehingga kami mengharapkan adanya promosi melalui mulut ke mulut serta perusahaan memberikan promosi di media sosial, dimana banyak sekali anak-anak dan remaja yang aktif dalam menggunakan media sosial dan mereka secara otomatis akan melihat produk Bakso Binal dalam bentuk iklan atau *paid promote*.
- c* Keyakinan adalah pemikiran deskriptif bahwa seseorang mempercayai sesuatu. *Beliefs* dapat didasarkan pada pengetahuan asli, opini, dan iman (Kotler dan Amstrong,2016). Sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan suka atau tidak suka, dan kecenderungan yang relatif konsisten dari

seseorang pada sebuah obyek atau ide (Kotler dan Amstrong, 2016). Bakso Binal menjamin bahwa produk yang ditawarkan menggunakan bahan – bahan berkualitas serta tidak menggunakan bahan kimia, MSG, atau bahan pengawet. Proses produksi Bakso Binal juga terjamin kehygienisannya dimana seluruh tenaga kerja juga terlatih dalam proses pembuatannya dan selalu memperhatikan kebersihan diri, lingkungan, alat dan bahan.

d. Analisis Permintaan

**Tabel 7 . Estimasi Konsumsi Global Bakso (Dalam juta unit)**

No.	Negara	2016	2017	2018
1.	Tiongkok	38,520	38,970	40,250
2.	Indonesia	13,010	12,620	12,540
3.	Lebanon	4,270	5,420	6,060
4.	Perancis	5,660	5,660	5,780
5.	Vietnam	4,920	5,060	5,200

**Sumber: Pertanian.go.id**

Tabel 7 di atas adalah lima negara teratas konsumsi bakso terbanyak di dunia, yang dirilis oleh pertanian.go.id selama tahun 2016-2018. Pada tahun 2016 hingga tahun 2018, Indonesia mengalami penurunan unit konsumsi bakso. Tahun 2016 sebanyak 13,010 juta unit, menurun pada tahun 2017 menjadi 12,620 juta unit, dan menurun kembali menjadi 12,540 juta unit pada tahun 2018.

Analisis permintaan dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder mengenai perkembangan jumlah penduduk perempuan dan laki-laki menurut usia.

**Tabel 8. Proyeksi Penduduk Menurut Kelompok Umur Tahun 2011-2020 (Jiwa)**

Kelompok Umur	Jumlah									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
0 - 4	61826	62269	62730	63108	63498	63869	64234	64577	64909	65213
05-Sep	60292	60724	61171	61536	61914	62277	62631	62962	63286	63580
Oct-14	57545	57959	58390	58744	59109	59459	59801	60121	60432	60718
15 - 19	79965	80538	81132	81623	82125	82609	83082	83524	83953	84347
20 - 24	102402	103123	103876	104493	105123	105730	106321	106879	107415	107910
25 - 29	69816	70309	70824	71246	71679	72094	72501	72882	73251	73590
30 - 34	65182	65646	66130	66525	66934	67325	67708	68066	68414	68733
35 - 39	59953	60384	60834	61201	61582	61945	62300	62637	62962	63259
40 - 44	58014	58438	58880	59244	59619	59979	60331	60662	60985	61280
45 - 49	53914	54315	54732	55078	55433	55776	56111	56425	56733	57016
50 - 54	48184	48549	48927	49242	49567	49878	50184	50473	50753	51013
55 - 59	38194	38489	38794	39050	39312	39566	39813	40049	40278	40489
60 - 64	26326	26533	26747	26926	27109	27286	27461	27626	27787	27938
65 - 69	18524	18669	18820	18947	19077	19202	19326	19443	19556	19663
70 - 75	13050	13153	13261	13350	13444	13533	13622	13704	13785	13861
75 +	15304	15429	15555	15660	15773	15882	15988	16088	16183	16280
KOTA MALANG	828491	834527	840803	845973	851298	856410	861414	866118	870682	874890

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Malang, Januari 2021

Produk Bakso Binal memiliki potensi permintaan yang sangat baik, karena produk bakso Binal memiliki kehalalan yang terjamin serta memiliki berbagai kandungan (kalori, protein dan karbohidrat) yang baik dan dibutuhkan oleh tubuh manusia. Melihat data sekunder yang telah didapatkan menunjukkan bahwa target terbesar perusahaan terlihat pada kelompok umur sekitar 20-24 tahun, karena memiliki jumlah terbanyak dibanding dengan kelompok umur lainnya. Analisa di atas menandakan bahwa target pasar yang dimiliki oleh perusahaan Bakso Binal memiliki jumlah yang sangat banyak serta memiliki tingkat daya beli yang tinggi, sehingga perusahaan memiliki peluang yang baik untuk berkembang di Kota Malang

#### e. Analisis Peluang

Usaha Bakso Biji Nangka ini memiliki nilai positif bagi perusahaan.KOMPAS.com 2020 menjabarkan hasil survei penelitian Tiffany Prasaja, mahasiswa Jurusan Gizi Fakultas kedokteran Universitas Brawijaya biji nangka (*Artocapus Heterophyllus*) memiliki kandungan serat tinggi dibandingkan tepung tapioka dan terigu. Menurut Supriyadi dan Pangesthi (2014), biji nangka atau yang biasa disebut beton *pongge* kebanyakan dibuang dan hanya beberapa masyarakat yang memanfaatkannya dengan direbus. Ditinjau dari komposisi kimianya biji nangka mengandung pati cukup tinggi, yaitu sekitar 40-50%, sehingga sangat berpotensi sebagai sumber pati. Kandungan yang terdapat di dalam biji nangka yaitu energi (165 kkal), protein (4,2 gr), lemak (0,1 gr), karbohidrat (36,7 gr), kalsium (33 mg), fosfor (200 mg), besi (1 mg), vitamin B1 (0,2 mg), vitamin C (10 mg), dan air (57,7 gr). Biji nangka merupakan sumber karbohidrat (36,7 gr/100 gr), protein (4,2 d/100 gr), dan energi (165 kkal/100 gr), sehingga dapat dimanfaatkan sebagai bahan pangan yang potensial. Biji nangka juga merupakan sumber mineral yang baik. Di dalam 100 gr biji nangka terkandung fosfor (200 mg), kalsium (33 mg), dan besi (1,0 mg) (Nuraini, 2011).

Bakso Binal merupakan salah satu produk makanan yang bisa dibilang satu-satunya produk yang ada dan belum memiliki pesaing di Indonesia, sehingga Bakso Binal memiliki peluang yang baik. Bakso Binal adalah Makanan sehat dan mengenyangkan, karena Bakso Binal memiliki kandungan yang diperlukan oleh tubuh, seperti protein dan karbohidrat. Analisa di atas memberikan peluang. Produk Bakso Binal sebagai makanan sehat yang mengenyangkan, memberikan banyak manfaat bagi tubuh, dan aman untuk dikonsumsi setiap hari.

**Tabel. 9 Analisis Lingkungan Eksternal Bakso Binal**

<b>Analisis Lingkungan Eskternal</b>		
<b>Analisis P.E.S.T.</b>	<b>Mendukung</b>	<b>Tidak mendukung</b>
Faktor Politik		v
Faktor Ekonomi	v	
Faktor Sosial	v	
Faktor Teknologi	v	
<b>Analisis Porter Five Force Model</b>	<b>Mendukung</b>	<b>Tidak mendukung</b>
<i>Threat of New Entry</i>		v
<i>Suppliers Powers</i>	v	
<i>Buyers Powers</i>	v	
<i>Threat of Substitution</i>		v
<i>Rivalry Among Existing Firms</i>		v
<b>Analisis Pasar</b>	<b>Mendukung</b>	<b>Tidak mendukung</b>
Analisis permintaan	v	
Analisis Peluang	v	
Analisis Konsumen	v	

Sumber: Penulis 2021

**Tabel 10. Analisis Lingkungan internal Bakso Binal**

<b>Aspek</b>	<b>Positif</b>	<b>Negatif</b>
Produk olahan Biji Nangka baru di Kota Malang	v	
Produk makanan sehat	v	
Harga terjangkau	v	
Terdapat beberapa varian / pilihan rasa	v	
Layanan lengkap di media sosial dan aplikasi <i>e-commerce</i>	v	
Lokasi Strategis	v	
Tenaga kerja yang terlatih	v	
Peralatan dan tenaga kerja terbatas		V
Produk mudah ditiru		V
Produksi masih manual		V
Modal terbatas		V
Brand belum terkenal di masyarakat		V
Promosi belum merata		V

Sumber: Penulis 2021

