

3. ANALISA INDUSTRI

3.1. Harapan dan Potensi Pertumbuhan Industri

Pada saat ini di Surabaya bisnis *restaurant*, khususnya *restaurant steak*, dalam kurun waktu beberapa tahun ini maupun yang akan datang, *restaurant steak* mempunyai prospek yang sangat baik. Dalam hal ini banyak *restaurant* bermunculan dengan memberikan konsep dan ide-ide baru yang maksudnya untuk menarik pengunjung. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa bisnis *restaurant* di Surabaya tergolong cukup menguntungkan, demikian pula peminatnya. Sedangkan *trend* yang ada di Surabaya para pengunjungnya mempunyai kecenderungan memilih *restaurant* dengan konsep lain dari pada yang lain, kemudian harga yang terjangkau, tempat mudah dijangkau, dan kualitas makanan disesuaikan dengan rasa selera orang Indonesia. Seperti contohnya: *Boncafe*, *Calvados*, *Primesteak* dan *Prosteak*. Maka dari itu, pendiri berusaha membuat suatu inovasi dengan membuka sebuah *steak house* dengan konsep *open kitchen*. Dengan demikian diharapkan konsumen penggemar *steak* dapat melihat dan mengetahui secara langsung proses pemasakan *steak*. Pendiri yakin di masa datang usaha ini akan berkembang melihat fenomena-fenomena yang ada serta respon positif dari konsumen.

3.2. Pasar dan Pelanggan

Pangsa pasar yang ditargetkan oleh *HOME Steak House* adalah orang-orang di daerah Surabaya pada umumnya dan Surabaya Selatan pada khususnya, untuk golongan menengah ke atas. Pangsa pasar daripada *HOME Steak House* berdasarkan produk-produk yang ditawarkan :

a. *Steak*

Semua orang di Surabaya, khususnya yang berada di wilayah Surabaya Selatan yang berasal dari golongan menengah ke atas.

b. Bar (*cocktail dan mocktail*)

Orang – orang yang sudah menginjak usia dewasa dari golongan menengah ke atas yang berada di wilayah Surabaya, khususnya di Surabaya Selatan

3.3. Pesaing dan persaingan

Dengan tingginya jumlah *restaurant*, khususnya *steak restaurant* yang ada sekarang ini, tingkat persaingan juga tergolong tinggi. Kompetisi antara *steak restaurant* yang ada berkisar seputar persaingan harga, lokasi, rasa dan kualitas produk makanan dan minuman, interior, suasana sampai dengan servis yang ditawarkan. Maka dari itu di tengah persaingan yang ada, digabungkan kelebihan-kelebihan yang ada dari kedua jenis usaha tersebut. Semua ini bertujuan untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tertinggi. Dalam usaha ini kita memiliki 4 (empat) pesaing utama yang bersifat homogen yaitu: *Boncafe*, *Calvados*, *Primesteak* dan *Prosteak*.

Berikut ini dijabarkan S.W.O.T dari *HOME Steak House* sendiri beserta pesaing-pesaing yang lain.

a. *HOME Steak House*

Strength :

- merupakan *steak restaurant* dengan konsep *open kitchen* pertama di Surabaya.
- memiliki tempat dan suasana yang berbeda dan nyaman untuk bersantai.
- harga kompetitif yang mudah dijangkau.
- kualitas produk yang dapat diterima oleh setiap pengunjung.
- pengunjung dapat memilih *sauce*, daging, dan *side dish* sesuai dengan keinginan konsumen dan kebijakan dari restaurant.

Weakness :

- belum dikenal atau belum punya nama.
- manajemen yang masih baru.
- banyaknya kompetitor tidak langsung dengan konsep lain yang bergerak di bidang jasa makanan dan minuman.

Oppurtunity :

- lokasi di daerah Surabaya Selatan yang dimana masih belum ada *restaurant* yang memfokuskan pada makanan *steak*.
- lokasi mudah dijangkau.
- di daerah yang berdekatan dengan lokasi perumahan dan perkantoran, sehingga kesempatan untuk berkembang cukup besar.

Threat :

- nama besar pesaing langsung.

b. Boncafe

Strength :

- sudah dikenal di kalangan masyarakat.
- pengunjung juga dapat menikmati makanannya diluar restaurant (di taman).
- produk bervariasi.
- kualitas daging baik, serta rasa makanan yang disesuaikan dengan lidah orang Indonesia.
- area parkir yang cukup luas.

Weakness :

- harga yang mahal.

Opportunity :

- di daerah yang berdekatan dengan lokasi perumahan dan perkantoran.
- lokasi mudah dijangkau.

Threat :

- adanya *competitor* steak restaurant dengan area parkir yang lebih luas dan aman.
- adanya *competitor* steak restaurant yang kualitas pelayanan jauh lebih baik.

c. Calvados

Strength :

- sudah punya nama yang terkenal.
- mempunyai produk yang bervariasi dan kualitas makanan yang baik.
- harga produk-produk tidak terlalu mahal.

Weakness :

- tempat untuk bersantap kurang luas.
- area parkir kurang luas.

Opportunity :

- pelayanan yang baik dapat lebih dikembangkan.
- kemungkinan berkembang lebih cepat.

Threat :

- adanya restaurant *steak house* lain dengan tempat bersantap yang lebih luas dan lega.

d. Prime Steak

Strength :

- suasana restaurant yang nyaman dan interior yang menarik.
- tersedianya *steak* dengan tingkat kematangan yang diinginkan pengunjung.
- kualitas daging import.

Weakness :

- lahan parkir kurang luas.
- banyaknya kompetitor tidak langsung dengan konsep lain yang bergerak di bidang jasa makanan dan minuman.

Opportunity :

- kesempatan untuk berkembang masih ada.

Threat :

- adanya restaurant sejenis dengan kualitas dan rasa makanan yang jauh lebih baik.

e. Prostreak

Strength :

- interior dan suasana restaurant yang nyaman.
- pengunjung dapat menikmati steak dengan tingkat kematangan yang diinginkan.
- kualitas daging import.

Weakness :

- ukuran meja terlalu kecil untuk makanan berat.
- pelayanan cenderung kurang ramah.

Opportunity :

- kesempatan berkembang cepat.
- memperbaiki mutu pelayanan.

Threat :

- adanya restaurant sejenis dengan kualitas makanan dan pelayanan yang lebih baik.

3.4. Trend Nasional dan Ekonomi

Berdasarkan hasil survey Bank Indonesia terhadap 133 responden, pada triwulan kedua tahun 2001 kegiatan usaha Jatim di sektor perdagangan, hotel dan *restaurant* mengalami peningkatan. Kenaikan 10,80 % untuk sektor perdagangan, 0,13 % untuk sektor perhotelan, 1,68 % untuk sektor restaurant. (sumber : “Survey Kegiatan Dunia

Usaha Jatim, BPS”). Data terakhir yang ada di BPS dalam ““Restaurant, Rumah Makan, Bar dan Jasa Boga, BPS” menyatakan bahwa jumlah pengusaha jasa boga se-Jatim tahun 1997 ada 729 buah, dimana 380 diantaranya ada di Surabaya.

Berdasarkan data yang ada di Biro Pusat Statistik, jumlah penduduk di Surabaya adalah 2.444.976 jiwa, per Desember 2000. Dimana jumlah prosentase pasar usia muda dan dewasa (usia 18 - 35 tahun) yang merupakan pasar daripada *HOME Steak House* adalah sebesar 45,98 %.

Tabel 3.1

Prosentase Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur

Usia	Jumlah penduduk	%
0 – 9	445.136	17,99
10 – 19	535.547	21,65
20 – 29	601.716	24,33
30 – 39	385.236	15,58
40 – 49	219.814	8,89
50 – 59	156.547	6,32
60 – 69	86.330	3,49
+70	42.941	1,74

Sumber : Surabaya dalam angka 2000

Tabel 3.2

Jumlah Penduduk Wilayah Surabaya Selatan Tahun 2003

Kecamatan	Kelurahan	Jumlah Penduduk	Jumlah Rumah Tangga
Karang Pilang	Warugunung	13426	4439

	Karang Pilang Kebraon Kedurus	9694 29981 24046	2022 5795 5506
Jambangan	Pagesangan Kebonsari Jambangan Karah	12676 8415 6357 12656	3272 1908 1493 3108
Gayungan	Dukuh Menanggal Menanggal Gayungan Ketintang	7935 8623 10581 11890	1784 2115 2723 2756
Wonocolo	Siwalankerto Jemur Wonosari Margorejo Bendul Merisi	19002 24076 10631 16047	6372 5675 2310 3844
Tenggilis Mejoyo	Sidosermo Kutisari Kendangsari Ngagel Darmo	13177 22824 23468 10387 15400	2816 6305 7051 2429 3029
Wiyung	Balas Klumprik Babatan Wiyung	9341 21637 15824	2243 5312 3890