

3. ANALISA INDUSTRI

3.1 Harapan dan Potensi Pertumbuhan Industri

Pola kehidupan pada masyarakat kota seperti Surabaya, cenderung dinamis dan memerlukan berbagai jenis hiburan sebagai sarana melepas lelah setelah mereka melakukan aktifitas bekerja. Perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia termasuk juga kota Surabaya sudah mempengaruhi banyak aspek, seperti selera pakaian, makanan, dan juga tempat nongkrong. Dalam hal makanan, masyarakat dikota-kota besar sangat menyukai makanan barat, termasuk juga *Ice Cream* sebagai makanan penutup. Oleh karena itu, di Surabaya banyak dibuka kafe, restaurant, dan pujasera. Adapun respon masyarakat akan restaurant-restaurant baru tersebut sangat baik.

Tabel 3.1 Perkembangan Café dan Restaurant di Surabaya

Tahun	Jumlah <i>Café</i> dan Restaurant	Persentase kenaikan
1998	223	-
1999	210	-6%
2000	248	15%
2001	262	5%
2002	383	32%

Sumber : BPS 2003

Dari tingkat perkembangan café dan restoran tersebut, sebagian kecil merupakan café yang mengkhususkan usaha pada minuman es. Karena adanya perubahan gaya hidup dan tingkat konsumsi masyarakat, mendorong bertambahnya jumlah pengusaha minuman es yang baru mulai membuka usaha atau melakukan ekspansi dalam bisnis minuman es di Surabaya.

Tabel 3.2 Pertumbuhan industri makanan dan minuman di Surabaya

Tahun	Prosentase pertumbuhan
2000	26,5%
2001	27,7%
2002	28,22%

Sumber : BPS 2003

Sebagai kota metropolitan, Surabaya memiliki tingkat konsumsi yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah industri makanan dan minuman yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini juga menambah peluang bagi *Ice House* untuk menyediakan tempat bagi para *tenant* yang bergerak di bidang minuman es. Disamping itu, industri makanan dan minuman memiliki potensi bahwa industri ini dapat terus berkembang, melihat tingkat inflasi pada industri makanan dan minuman yang semakin membaik setiap tahunnya.

Tabel 3.3 Laju Inflasi Industri Makanan dan Minuman di Surabaya

Tahun	Laju Inflasi
2000	13,37%
2001	13,70%
2002	4,41%
2003	3,81%

Sumber : BPS 2003

Dengan adanya potensi pertumbuhan yang baik pada industri makanan dan minuman tersebut, maka *Ice House* merasa optimis bahwa bisnis ini dapat berjalan dan berkembang dengan baik

Tabel 3.4 Daftar Perusahaan dan Merek *Ice Cream* Modern di Surabaya dan Jakarta

Nama perusahaan	Alamat	Telepon
Surabaya		
De Boliva Ice Cream	Jl. Raya Gubeng 36	5029545
Mickey Mouse Ice Cream	Jl. Kalisosok Lor 7	3520469
Cocofrio Ice Cream	Jl. Dharmawangsa 113A	5027786
McDisney Ice Cream	Jl. Manyar Kertoarjo 45	5963134
Mini Melts Ice Cream	Jl. Kayoon 24	5467958
Rome Café	Jl. Pucang Anom Timur 25	5017373
Tasmania Ice Cream	Jl. M. Sungkono Pert. Darmo Park II BI VI/17	5613832
Manhattan Ice Cream	Pertokoan Darmo Park I BI 4 C/1	5686530
Eskimo Ice Cream	Jl. Embong Tanjung 4	5323834
La Spezia Ice Cream	Jl. Gading Pantai V/ 19	3815847
Montana Ice Cream	Jl. Manyar Jaya VIII C/ 127A	5947183
Napoli Ice Cream	Jl. Ngagel Jaya Selatan V/ 32-36	5021895
Orlando Ice Cream	Jl. Kalisosok Lor 7	3537067
Star Ice Cream	Jl. Pulo Wonokromo 254B	8292964
Zangrandi Ice Cream	Jl. Yos Sudarso 15	5345820
Campina Ice Cream	Jl. Rungkut Industri II 15-17 kawasan Sier	8432247
Diamond Ice Cream	Jl. Rungkut Industri III 53 kawasan Sier	8431746
Indomeiji Ice Cream	Jl. Rungkut Industri IV / 32	8498895
Walls Ice Cream	Jl. Simo Pomahan 37 P	7480028
Woody Ice Cream	Jl. Raya Kupang indah 41	7311851
Jasmine Ice Cream	Plaza Tunjungan III lantai 4	5346880
Mon Cheri Ice Cream	Jl. Dhamahusada Utara III/ 25	5939025
Snow Ice	Jl. Dharmahusada Indah Tmr 37	5937215
D'mix Ice Cream	PTC Zona Paris lantai UG E3 – 10	7329272
Baskin Robbins Ice Cream	Komplek Ruko mangga Dua blok A9/ 10	8432545
Haagen Dazs Ice Cream	Plaza Tunjungan IV lantai UG	5349464
New Zealand Ice Cream	Jl. Raya Gubeng 28	5943696
Swensen's Ice Cream	Jl. Basuki Rahmat 207	5342770
Turin Italian Ice Cream	Jl. Kayoon 10 A	5345220
Jakarta		
La Reassa Ice Cream	Jl. Kedoya Akasia V Komp. Taman kedoya Baru BI B-5/13	5802064
Ollino Ice Cream	Jl. Pantai Kuta III / 10	6471372
Pesca Ice Cream	Jl. Palma Raya blok F/15 Taman Kedoya Baru	5801455
Ragusa Italian Ice Cream	Jl. Veteran I / 10	3849123
Swanie Ice Cream	Jl. Pelapah Kuning II blok WX-2/ 1	4532260
Tjanang Ice Cream	Jl. Puri Agung Mall Puri Indah Shop unit 5 lt 1	5822287
Tropic Ice Cream	Jl. Pasar Baru 28 A	3457474

Sumber : Olahan penulis dari hasil pengamatan dan pencarian melalui internet dan yellow pages

Tabel 3.5 Daftar Perusahaan dan Merek Es Tradisional di Surabaya dan Jakarta

Nama Perusahaan	Alamat	Telepon
Surabaya		
Es Teler 77	Jl. Ikan Dorang 2	3550124
Es Teler Tegalsari	Jl. Tegalsari 30	5469411
Es Dawet Ayu	Pasar Atom tahap III lantai 1	-
Es Campur Tidar	Jl. Tidar 20A	5452258
Es Buah Shanghai	Pasar Atom tahap V lantai 3(food court)	-
Es Puter Bonnet	Jl. Manyar Kertoarjo V	-
Es Puter Adin	Jl. Margorejo II F/ 90	8497870
Es Puter Hans	Perum Nirwana Eksekutif B1 CC/ 165	8720566
Es Potong Nelson	Galaxy Mall lantai 3	
Jakarta		
Es Puter Galuh	Jl. Walter Monginsidi 88F	7221534
Es Puter Pier 52	Jl. Daan Mogot 48 ruko 6 A2	5655417

Sumber : Olahan penulis dari hasil pengamatan dan pencarian melalui internet dan yellow pages

Dari daftar perusahaan dan merek es yang terdapat di Surabaya dan Jakarta tersebut, *Ice House* merasa optimis, dengan keunggulan serta fasilitas yang disediakan akan dapat menarik 15 *tenant* es dari Surabaya atau Jakarta untuk bergabung didalam *Ice House*. Tetapi hal ini juga tidak menutup kemungkinan bergabungnya *tenant* es lain dari luar Surabaya dan Jakarta kedalam *Ice House*.

Dari seluruh pengusaha es yang terdapat di Surabaya, semakin banyak dari pengusaha es tersebut yang mengembangkan usahanya dengan memiliki keunikan dan keunggulan yang tidak dapat disamai oleh pesaingnya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk mencoba produk es baru yang berbeda rasa dan tampilannya. Dalam hal pengembangan usaha, pengusaha es tersebut memilih lokasi usahanya dengan melihat segmen pelanggan yang dituju, serta didukung dengan desain ruangan sesuai dengan nuansa yang ingin diciptakan oleh pemiliknya. Dan yang terutama setiap pengusaha es tersebut memiliki produk es utama yang menjadi keunggulannya yang tidak sama dengan produk es lain.

Tabel 3.6 Fitur Restoran Es Krim Modern di Surabaya

Fitur Resto	De Boliva	Coco frio	Zangrandi	Baskin Robbins	Swensens	Haagen Daz	New Zealand	Mini Melts	D mix	Eskimo
Lokasi	Gubeng	Pucang Anom	Yos Sudarso	Mall Galaxy	Mall Galaxy	Plaza Tunjungan	Plaza Tunjungan	Mall Galaxy	PTC	Pucang Anom
Produk utama										
Dairy Ice cream	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Non fat ice cream	√			√			√			
Alcohol added	√	√								
Side orders-food										√
Side orders-snack	√	√	√	√	√	√	√			√
Nuansa										
Eksterior	Modern	Modern	Classic				Modern			Modern
Interior	Modern	Modern	Classic	Modern	Modern	Modern	Modern	Modern	Modern	Modern
Segmen Pelanggan										
Elit										
Menengah ke atas	√	√		√		√	√	√	√	√
Menengah					√					
Menengah ke bawah			√							

Sumber : Olahan penulis dari hasil observasi tempat / nuansa interior restoran es krim

Tabel 3.7 Fitur Restoran es tradisional di Surabaya

Fitur Resto	Es Campur Tidar	Es Teler 77	Es Dawet Ayu	Es Puter Bonet	Es Buah
Lokasi	Tidar	Plaza Tunjungan	Pasar Atum	Manyar	Plaza Tunjungan
Nuansa					
Eksterior	Standar	Standar	Standar	Standar	
Interior	Standar	Standar	Standar	Standar	Classic
Segmen Pelanggan					
Elit					
Menengah ke atas					√
Menengah	√	√			
Menengah ke bawah			√	√	

Sumber : Olahan penulis dari hasil observasi tempat / nuansa interior es tradisional

Dalam pendirian *Ice House*, sebelumnya harus melihat keberadaan bisnis-bisnis es baik es tradisional maupun es krim yang lain yang sudah ada pada umumnya, karena hal tersebut dapat menjadi tolak ukur di dalam menilai apakah *Ice House* akan berhasil. Untuk melakukan pengamatan terhadap bisnis-bisnis es yang lain baik tradisional maupun yang modern, perlu pertimbangan beberapa faktor, antara lain :

1. Keberadaan es tradisional maupun es modern di masa yang akan datang.
2. Persaingan dengan cafe dan resto lain yang memiliki jam buka sama dengan *Ice House*.
3. Segmen pasarnya.

Ketiga faktor tersebut merupakan faktor yang sangat penting untuk dijadikan patokan dalam melakukan analisis industri sehubungan dengan pendirian *Ice House*.

3.2 Pasar dan Pelanggan

3.2.1 Perkiraan Ukuran Pasar

Berdasarkan daftar jumlah perusahaan es yang ada di Surabaya dan Jakarta yang diperoleh dari hasil observasi penulis melalui internet dan *Yellowpages* maka data yang didapat, total perusahaan es baik es tradisional maupun es modern sebesar 47 perusahaan es. Dengan pertimbangan kapasitas *Ice House* untuk menampung *tenant* adalah sebanyak 15 stan maka pangsa pasar *Ice House* adalah 32% dari total keseluruhan perusahaan es.

3.2.2 Pangsa Pasar dan Penjualan

Dibandingkan dengan pesaing yang ada, yaitu *Starbucks Café* dan *The Coffee Bean & Tea Leaves* yang ada di Surabaya, penulis melakukan observasi selama satu minggu dan memperoleh data jumlah rata-rata konsumen per hari adalah sebagai berikut : untuk *Starbucks Café*, rata-rata konsumen 120 per hari. Untuk *The Coffee Bean & Tea Leaves*, rata-rata konsumen 135 per hari.

Oleh karena itu pada periode permulaan, *Ice House* diharapkan memiliki jumlah konsumen rata-rata 127 per hari. Di masa depan, diharapkan jumlah tersebut akan terus meningkat. Untuk bulan-bulan selanjutnya, jumlah penjualan dan

konsumen diharapkan terus meningkat seiring dengan adanya promosi dan peningkatan kualitas layanan *Ice House*.

Tabel 3.8 Tingkat Kunjungan di Restoran dan Stan Es Krim di Surabaya

Restoran Es Krim	<i>Visitor / Day</i>	<i>Visitor / Month</i>
<i>De Boliva</i>	145	3750
<i>Coco Frio</i>	135	3750
<i>Zangrandi</i>	160	4500
<i>Baskin Robbins</i>	100	3000
<i>Swensens</i>	80	2400
<i>Haagen Daz</i>	70	2100
<i>New Zealand</i>	100	3000
<i>Mini Melts</i>	80	2400
<i>D'Mix</i>	100	3000
<i>Eskimo</i>	70	2100

Sumber : Observasi penulis serta informasi dari pemilik dan pengawas di restoran es krim

Tabel 3.9 Tingkat Kunjungan di stan Es Tradisional di Surabaya

Restoran Es Tradisional	<i>Visitor / Day</i>	<i>Visitor / Month</i>
Es campur Tidar	150	3750
Es Teler 77	110	3000
Es Dawet Ayu	80	2400
Es Puter Bonnet	60	1800
Es Buah	90	2700

Sumber : Observasi penulis serta informasi dari pemilik dan pengawas di restoran es Krim

3.2.3 Trend Pasar

Saat ini, tingkat permintaan masyarakat Surabaya akan hiburan cukup tinggi. Hal ini memicu para pengusaha untuk berlomba-lomba membuka bisnis cafe dan resto di kota Surabaya ini. Tidak terkecuali bisnis minuman es yang semakin menjamur di kalangan masyarakat. Semakin meningkatnya jumlah pengusaha minuman es dan juga semakin banyaknya pengusaha yang membeli ijin lisensi es krim dari luar negeri. Dalam setiap pusat perbelanjaan selalu ada stan yang menjual minuman es, baik yang berdiri sendiri ataupun yang bergabung dengan pujasera makanan.

Trend pasar yang terjadi di Surabaya saat ini adalah masyarakat Surabaya menyukai es, baik es tradisional atau modern, menyukai tempat hiburan santai yang buka hingga larut malam untuk bersantai sambil menikmati es atau makanan ringan dengan diiringi musik dan lebih menyukai sajian *live music* sambil berkumpul bersama teman dan keluarga serta bertemu dengan relasi bisnis. Hal ini juga didukung dengan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada 100 responden

Semakin banyak ragam dan variasi rasa es yang disediakan dalam satu tempat lebih disukai daripada tempat dengan menu yang minim. Karena konsumen dapat mempunyai banyak pilihan. Hal ini merupakan peluang bisnis bagi *Ice House* dengan memanfaatkan trend pasar tersebut ditunjang dengan berbagai keunikan dan kelebihan.

Ice House sebagai suatu bisnis yang berbentuk pujasera yang bergerak di dalam penjualan aneka ragam es yang memiliki segi-segi keunggulan dalam jenis usahanya. Jenis usaha *Ice House* ini berbeda dibandingkan dengan usaha toko-toko dan stan-stan es pada umumnya yang telah ada di Surabaya, bahkan di Indonesia. Dalam usahanya ini, *Ice House* menjual berbagai macam es yang dapat memenuhi selera konsumen akan berbagai macam variasi es, disamping itu juga adanya fasilitas lokasi yang nyaman dan adanya *live music* pada hari tertentu, disamping itu memungkinkan digunakan sebagai lokasi bagi acara-acara tertentu. Selain itu, keberadaan *Ice House* juga akan didukung dengan pengadaan program-program acara bulanan seperti lomba dan permainan untuk menarik konsumen.

3.3 Pesaing dan Persaingan

Ice House juga harus mempertimbangkan keberadaan *café-café* dan restaurant yang memiliki jam operasional hingga pukul 24.00 yang sudah ada pada saat ini dan tidak bergabung didalam *Ice House*, karena hal tersebut dapat menciptakan persaingan yang sangat ketat di antara usaha “*Food & Entertainment*” tersebut.

Melihat keberadaan toko-toko es dan stan-stan es pada umumnya yang sudah ada pada saat ini, tidak menutup kemungkinan terjadinya persaingan. Tetapi persaingan mungkin tidak terlalu ketat karena *Ice House* merupakan penggabungan berbagai macam merk es dari yang tradisional sampai yang modern dimana selama ini belum pernah ada pujasera dengan konsep demikian.

3.3.1 Pangsa Pasar Pesaing

Pesaing dari *Ice House* adalah *café* atau restaurant yang memiliki jam buka hingga pukul 24.00, Untuk itu, yang menjadi pesaing besar *Ice House* adalah *Starbucks Café* dan *The Coffee Bean & Tea Leaves*, mengingat keduanya memiliki jam buka yang sama dengan *Ice House*, dan terletak di pusat kota Surabaya, tepatnya di Plaza Tunjungan. Selain itu keduanya sudah memiliki *Brand Image* di benak masyarakat Surabaya, sehingga bisa dipastikan keduanya sudah memiliki pelanggan tetap.

Tabel 3.10 Perbandingan Ice House dengan pesaing

	<i>Ice House</i>	<i>Starbucks</i>	<i>Coffebean</i>
Menu	Aneka es tradisional dan es krim modern serta <i>snacks</i>	Aneka kopi dan <i>pastry</i>	Aneka menu makanan, kopi dan teh

Lanjutan **tabel 3.10**

Lokasi	Strategis	Strategis	Strategis
Lama beroperasi	Belum beroperasi	2 tahun	8 bulan
Jam operasi	10.00 – 24.00	10.00 – 24.00	10.00 – 24.00
Desain ruangan	Minimalis modern dan artistik	Tidak memiliki desain khusus	Tidak memiliki desain khusus
Harga	Harga bervariasi mulai Rp. 5000,- sampai Rp.30.000,-	Relatif mahal dengan harga mulai Rp.12.000,- sampai Rp. 35.000,-	Relatif mahal dengan harga mulai Rp.12.000,-sampai Rp.33.000,-
Promosi	Gencar	Kurang	Kurang
Kegiatan pesta	Ada	Tidak ada	Tidak ada
Kapasitas	130 orang	120 orang	120 orang
Cabang	Belum ada	Belum ada	Belum ada
Pengunjung / hari	127 orang	120 orang	135 orang
Pelayanan	Sangat memuaskan	Memuaskan	Memuaskan
Variasi es	Banyak	Tidak ada	Tidak ada

Sumber : Olahan penulis dari hasil observasi tempat dan keadaan pesaing

3.3.2 Analisa S.W.O.T Para Pesaing *Ice House***Tabel 3.11 S.W.O.T Starbucks Cafe**

<p>Strength :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desainnya menarik - Memiliki <i>Brand Image</i> - Tempat strategis, di pusat perbelanjaan yang paling disukai di Surabaya. - Terdapat di kota besar yang rata-rata konsumsi masyarakatnya tinggi. - Pelayanan profesional - Suasana yang nyaman - Memiliki pelanggan tetap - Memiliki jam buka hingga pukul 24.00 	<p>Weakness :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menu sedikit (sekitar 20-25 menu) - Menunya hanya berupa variasi kopi dan pastry - Harganya relatif mahal, paling murah Rp. 13.000,- belum termasuk pajak
<p>Opportunity :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Semakin banyak permintaan masyarakat akan tempat hiburan santai yang buka hingga malam - Kecenderungan masyarakat perkotaan akan gaya hidup mewah untuk menaikkan nilai prestige - Meningkatnya jumlah penduduk Surabaya - Meningkatnya minat masyarakat terhadap konsumsi di café-resto 	<p>Threat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Semakin ketatnya persaingan antar café dan restaurant

Tabel 3.12 S.W.O.T *The Coffee Bean & Tea Leaf*

<p>Strength :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tempat strategis, di pusat perbelanjaan yang paling disukai di Surabaya. - Sudah mempunyai <i>brand image</i> - Pelayanannya ramah dan cepat - Menunya lebih bervariasi - Memiliki menu untuk anak-anak - Jam buka hingga pukul 24.00 	<p>Weakness :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spesialisasi menu pada kopi dan teh - Harganya relatif mahal, paling murah Rp.12.273,- belum termasuk pajak
<p>Opportunity :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Target marketnya luas mencakup semua kalangan usia. - Semakin banyak permintaan masyarakat akan tempat hiburan santai yang buka hingga malam - Kecenderungan masyarakat perkotaan akan gaya hidup mewah untuk menaikkan nilai prestige - Meningkatnya jumlah penduduk Surabaya 	<p>Threat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Semakin ketatnya persaingan antar café dan restaurant

3.3.3 S.W.O.T *Ice House*Tabel 3.13 S.W.O.T *Ice House*

<p>Strength :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lokasi stan yang strategis, yaitu di ITC Atum - Desain stan yang nyaman dan menarik - Belum pernah ada pujasera es sebelumnya - Adanya <i>Live music</i> pada hari tertentu - Kebersihan dan kenyamanan diutamakan - Lokasi yang luas - Jam buka hingga pukul 24.00 - Pelayanan yang ramah dan professional - Harganya terjangkau - Menu es yang bervariasi 	<p>Weakness :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Belum dikenal oleh masyarakat - Spesialisasi menu hanya pada es dan minuman dingin
<p>Opportunity :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Semakin banyak permintaan masyarakat akan tempat hiburan santai yang buka hingga malam - Kecenderungan masyarakat perkotaan akan gaya hidup mewah untuk menaikkan nilai prestige - Meningkatnya jumlah penduduk Surabaya 	<p>Threat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Semakin ketatnya persaingan antar café dan restaurant

**Tabel 3.14 COMPETITIVE PROFILE MATRIX
ICE HOUSE**

Internal Eksternal	Strength	Weakness
Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan banyak alternatif untuk mengkonsumsi es - Menjual es dengan variasi harga . - Memberikan servis yang dapat memuaskan konsumen didalam penggunaan fasilitas yang tersedia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Menarik konsumen untuk berkunjung dan melihat keberadaan <i>Ice House</i> - Mempromosikan berdirinya <i>Ice House</i> serta fasilitas-fasilitas yang telah disediakan.
Threat	<ul style="list-style-type: none"> - Semakin meningkatkan fasilitas sebagai faktor keunggulan utama - Memberikan diskon-diskon pada saat tertentu. - Mengadakan acara pada saat tertentu 	<ul style="list-style-type: none"> - Promosi secara besar-besaran. - Menarik pengunjung untuk datang dengan diskon-diskon terutama pada awal pembukaan <i>Ice House</i>