KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Analisis industri dan pesaing perlu dilakukan oleh para calon pemilik bisnis sebelum melakukan pendirian suatu usaha, hal ini dilakukan agar pemilik bisnis dapat mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai bagaimana keadaan situasi industri dan persaingan dari usaha sejenis pada masa tersebut dan juga di masa datang. Dengan mengetahui situasi industri dan pesaing baik masa kini dan mendatang, pengusaha diharapkan dapat melihat peluang-peluang yang ada dalam suatu usaha dan juga dapat menyusun strategi yang digunakan dalam menjalankan usahanya kelak. Selain itu, analisis industri dan pesaing ini akan memberikan gambaran apakah suatu usaha dapat bertahan diantara para pesaing-pesaingnya.

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Dalam memulai bisnis seorang pemilik bisnis harus dapat menganalis tren dan pertumbuhan industri terkait bisnis mereka untuk melihat kelayakan suatu bisnis. “DIY” adalah bisnis yang bergerak di bidang minuman, dimana merupakan salah satu bisnis yang memiliki peluang paling besar saat ini, karena minuman cup / *bubble tea* saat ini sudah menjadi gaya hidup masyarakat dan menjadi bukti bahwa bisnis ini akan berkembang dengan pesat. Saat ini, masyarakat sangat antusias dengan adanya hal baru atau konsep baru dari sebuah produk minuman.

Beberapa tahun belakangan ini, bahkan 1 tahun terakhir ini banyak bisnis minuman cup baru yang tumbuh di Jakarta dengan berbagai macam konsep, produk dan citarasa yang variatif, bisa dibilang *trend* minuman cup ini memang sangat-sangat memuncak, “Saat ini minuman boba sudah tak asing lagi didengar, terutama bagi generasi milenial dan juga generasi Z. Boba atau *bubble tea* merupakan

sebuah topping andalan dalam industri minuman kekinian. Maraknya bisnis minuman boba di Indonesia juga menjadi salah satu contoh bahwa bisnis boba cukup menjanjikan. Apalagi secara industri, bisnis makanan dan minuman masih merupakan usaha yang menguntungkan. Pengamat ekonomi dan bisnis Institute for Development of Economics and Finance (Indef) Ahmad heri menjelaskan, pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia setiap tahunnya meningkat di atas 7-8%. Sedangkan, untuk industri minuman sendiri, menurut Henri pertumbuhannya bisa lebih tinggi, dengan persentase dua digit. "Secara keseluruhan bisnis industri makanan dan minuman ini meningkatnya di atas pertumbuhan ekonomi. Kalau pertumbuhan ekonomi kita 5%, bisnis makanan dan minuman secara keseluruhan meningkat di atas 7-8%. Kalau dipilah lagi industri minuman ini terkategori yang pertumbuhannya cukup tinggi, bahkan bisa mungkin dua digit," kata Heri kepada detikcom, Jumat (25/10/2019)."

Sumber : https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4761449/manisnya-bisnis-boba-3-ribu-gelas-ludeshari

Dengan adanya internet dan aplikasi online bukan lagi hal yang asing bagi kaum masyarakat Indonesia terutama anak muda sekarang karena teknologi tersebut yang membuat tren bisnis kuliner di Indonesia semakin tinggi. Banyak iklan di media social yang mempromosikan bisnis kuliner maupun minuman dengan sangat kreatif dan menarik ditambah lagi dengan hadirnya berbagai macam aplikasi yang dapat memberikan promo – promo yang menarik." Kuliner boba memiliki trik tersendiri untuk 'mencaplok' konsumen. Salah satunya adalah gaya hidup milenial yang menjadi sasaran medium pemasaran para pebisnis boba saat ini. Hal ini bisa dilihat dari tampilan segelas *bubble tea* yang kian *instagramable*. "Karena [tampilan itu] penting bagi yang suka *posting* di Instagram atau YouTube

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

sebagai konten," kata Arie. Selayaknya tren lain, media sosial mengambil peran dalam mempopulerkan boba saat ini. "Ini mungkin enggak ditemui 10-20 tahun lalu," katanya.

Sumber : https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190908073556-262428475/karena-boba-tak-pernah-mati/2

B. Analisis Pesaing

Adanya persaingan dalam menjalankan suatu usaha pastinya tidak dapat dihindari. Pesaing sendiri merupakan perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang dan jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan. Banyaknya pesaing-pesaing yang menjalankan usaha yang sejenis menjadikan seorang pengusaha harus memiliki kreativitas dan inovasi yang baik dalam mendirikan suatu usaha. Hal ini bertujuan agar pendirian usaha yang baru dapat mendapatkan tempat dipasar kedepannya. Untuk mengatasi hal tersebut, maka analisis pesaing dibutuhkan sebelum dilakukannya pendirian suatu usaha.

Menganalisis pesaing-pesaing yang ada akan membantu pengusaha dalam mengetahui kelemahan dan kelebihan pesaing. Selain mengetahui kelemahan dan kelebihan pesaing, dengan melakukan analisa ini juga akan dapat membandingkan jenis produk yang ditawarkan, harga, lokasi, kualitas produk, fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen, strategi dan promosi-promosi yang dilakukan oleh pesaing. Nantinya informasi-informasi ini akan dapat membantu seorang pengusaha dalam menyusun strategi kedepannya.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dari hasil observasi yang dilakukan , penulis menetapkan beberapa pesaing potensial. Dalam analisisnya , penulis memilih bebrpa faktor yang menjadi acuan dalam menentukan kekuatan dan kelemahan para pesaingnya yaitu varian produk / rasa, harga, lokasi, dan kenyamanan tempat. Berikut adalah hasil pengamatan dari pesaing – pesaing potensial "DIY" :

1. Nama toko : Dum –Dum Thai Drinks
   Lokasi : Jalan Kelapa Hibrida Raya Blok QJ9 No. 33, Kelapa Gading, Jakarta Utara
   Harga : Rp17.000 – Rp 26.000
   Varian rasa / produk : Cukup banyak (14 Varian)
   Kenyamanan tempat : Cukup baik
2. Nama toko : Calais
   Lokasi : Kelapa Hibrida Raya Blok QJ9 No. 39, Kelapa Gading, Jakarta Utara
   Harga : Rp 22.000 – Rp 42.000
   Varian rasa / produk : Sangat banyak (18 Varian)
   Kenyamanan tempat : Baik

Dari hasil observasi yang dilakukan, penulis telah menemukan juga keunggulan dan kelemahan pesaing-pesaing utama "DIY" yang dapat dilihat pada tabel berikut :

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3.1

Keunggulan dan Kelemahan Pesaing "DIY"

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Dum – Dum Thai Drink	1. Harga produknya tergolong murah. 2. Varian minuman cukup beragam 3. Lokasinya strategis dekat dengan sekolahan.	1. Tempatnya biasa saja, dan cukup sempit.
Calais	1. Variasi minumannya banyak. 2.Tempatnya nyaman dan memiliki interior yang menarik 3. Lokasi yang strategis dekat dengan sekolahan.	1. Harganya tergolong cukup mahal.

C. Analisis *Politic, Economic, Social, Technologi, Environment, Legal* (PESTEL)

Analisis PESTEL merupakan analisis ekternal yang berada di luar perusahaan yang dapat menjadi peluang agar perusahaan atau bisnis dapat berkembang dan juga dapat menjadi ancaman bagi berjalannya suatu usaha , karena dengan melakukan analisis bisnis PESTEL, perusahaan dapat mengetahui segala resiko dan juga potensi suatu bisnis yang terkait dengan lingkungan eksternal.

Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap "DIY" yang dilakukan oleh penulis :

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. ***Politic*** **(Politik)**

Keadaan atau kondisi politik berkaitan erat dengan kebijakan pemerintah.Kebijakan pemerintah sekarang ini khususnya dibidang usaha terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) akan diberikan kemudahan dalam mengurus perijinan pendirian usahanya. " Presiden Joko Widodo akan memberi 'karpet merah' bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). 'Karpet merah' akan diberikan melalui kebijakan penyatuan sejumlah undang-undang (uu) alias *omnibus law.* Ia mengatakan 'karpet merah' rencananya akan diberikan dalam beberapa bentuk. Salah satunya, kemudahan pembentukan usaha kepada para UMKM. Dengan kemudahan tersebut, nantinya pembentukan usaha hanya perlu dilakukan dengan mendaftar melalui sistem dalam jaringan. Pemerintah, katanya, akan memproses administrasi pendaftaran dengan cepat dengan sistem berbasis risiko. "UMKM yang tidak ada risikonya, maka izinnya cukup pendaftaran saja, tak perlu pendaftaran macam-macam. Tetapi kalau semakin tinggi risiko, maka berbasis standar-standar," ungkap Airlangga."

Sumber : https://cnnindonesia.com/ekonomi/20191112103832924475 75/jokowi-akan-permudah-proses-pendaftaran-umkm

Dengan kondisi dan kebijakan pemerintah yang ada di Indonesia, maka masalah perijinan usaha tidak akan menjadi masalah dalam mendirikan usaha di industri minuman termaksud mendirikan kedai minuman seperti "DIY" ini. Namun dengan mudahnya perijinan pendirian usaha ini, membuat pesaing dari usaha sejenis menjadi mudah berkembang, ditambah usaha kedai minuman ini memiliki peluang usaha yang sangat besar. Oleh karena itu, dengan adanya kebijakan pemerintah yang memudahkan perijinan pendirian usaha untuk

UMKM makan “DIY” harus menggunakan kesempatan ini dengan sebaik mungkin dengan mendirikan kedai minuman yang memiliki konsep yang unik dan menarik seta memiliki cita rasa yang enak dan memiliki strategi yang baik untuk kedepannya , agar “DIY” mampu masuk ke dalam pasar dan mampu bertahan dan saing.

2. ***Economic*** **(Ekonomi)**

Pertumbuhan ekonomi yang meningkat, maka daya beli masyarakat juga akan meningkat. Hal ini terjadi ketika pertumbuhan ekonomi yang berdampak positif pada masyarakat maka bisnis juga akan semakin meluas dikarenakan kenaikan pendapatan. Industri kuliner yang dikatakan menjadi penjunjung tertinggi dalam perekonomian Indonesia sendiri. Melihat hal tersebut, maka dapat menjadi peluang bagi “DIY” untuk masuk ke dalam industri kuliner karena pendapatan dari industri kuliner sendiri terus mampu menunjukan laju pertumbuhan yang positif. “Menurut Ronald (General Manager Kamutea Indonesia), daya beli generasi milenial dan generasi Z yang merupakan pelanggan setia minuman boba juga membaik. Sehingga, mereka tak keberatan mengkonsumsi minuman boba beberapa kali. "Kita melihat sekarang ini generasi milenial dan Z mereka secara lifestyle dan spending power cukup bagus," ujar dia.”

Sumber : https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4761474/alasan-bisnis-boba-makin-menggila

3. ***Social*** **(Sosial)**

Melihat perubahan gaya hidup masyarakat sekarang ini di mana banyak masyarakat menyukai membeli minuman manis yang dingin pada saat jam makan siang maupun membeli lewat layanan aplikasi online, hal tersebut yang

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

membuat bisnis minuman atau kedai "DIY" ini memiliki peluang bisnis yang cukup menjanjikan karena usaha minuman seperti ini apalagi didukung dengan konsep yang berbeda dari biasanya, membuat peluang pendirian bisnis minuman "DIY" ini semakin besar dan cukup menjanjikan.

4. *Technology* (Tekonologi)

Aspek tekonologi merupakan salah satu peluang penting bagi masyarakat jaman sekarang karena dengan hadirnya teknologi ini memudahkan kita untuk mengakses ilmu pengetahuan, informasi, berkomunikasi, serta berbisnis. Dengan adanya teknologi dapat membuat bisnis berkembang dengan pesat dan memudahkan pekerjaan kita. "DIY" ini menggunakan teknologi pada proses penjualan dan pemasarannya dilakukan secara online, menggunakan manfaat dari berbagai macam aplikasi media sosial yang sangat digemari banyak masyarakat contohnya Instagram. Karena saat ini semua orang pasti memiliki *handphone* dan memiliki Instagram, "DIY" memilih pemasaran secara online agar lebih mudah mendapatkan konsumen melalui media sosial dan aplikasi online seperti "Go-Food" dan "Grab Food" yang membantu "DIY" menjalankan proses penjualannya.

5. *Environment* (Lingkungan)

Untuk sebuah bisnis minuman, lingkungan yang dimaksud disini adalah lokasi yang menjadi tempat dimana sebuah bisnis minuman ini akan beroperasi. Lokasi yang dipilih ini tentunya harus berada di tempat yang strategis mudah dicapai oleh banyak orang serta kemudahan-kemudahan lainnya seperti tersedianya lahan parkir yang mencukupi, dekat dengan pusat-pusat keramaian (pusat perbelanjaan, tempat kuliner, maupun perkantoran dan sekolahan). Selain lokasi yang strategis, lokasi yang dipilih juga harus nyaman agar orang-

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

orang yang hendak berkunjung ini merasa bahwa kedai minuman kita ini memang enak, aman dan nyaman sehingga membuat mereka ingin terus datang kembali ke tempat kita. Maka dari itu penulis memilih lokasi di area ruko kelapa gading yang tempatnya nyaman, memiliki lokasi yang strategis dan memiliki lahan parkir yang mencukupi.

6. *Legal* (Legalitas)

Hukum yang berlaku di suatu negara harus ditaati oleh para pelaku bisnis bersifat mutlak, oleh karena itu dalam menjalankan bisnisnya para pelaku bisnis perlu berhati-hati dalam menjalankan bisnis nya agar produk yang dijual serta proses bisnis yang dilakukan tidak menentang aturan hukum yang berlaku pada negara tersebut. Suatu bisnis yang tidak mempunyai surat ijin yang jelas tidak dapat beroperasi. Selain surat ijin mendirikan usaha, NPWP pemilik usaha dan sertifikat BPOM/ halal harus dimiliki oleh pelaku bisnis termaksud bisnis "DIY" harus memiliki beberapa surat sesuai ketentuan yang berlaku, agar bisnis ini dapat berjalan dengan lancar kedepannya dan tidak akan terjadi masalah yang tidak di inginkan di kemudian hari.

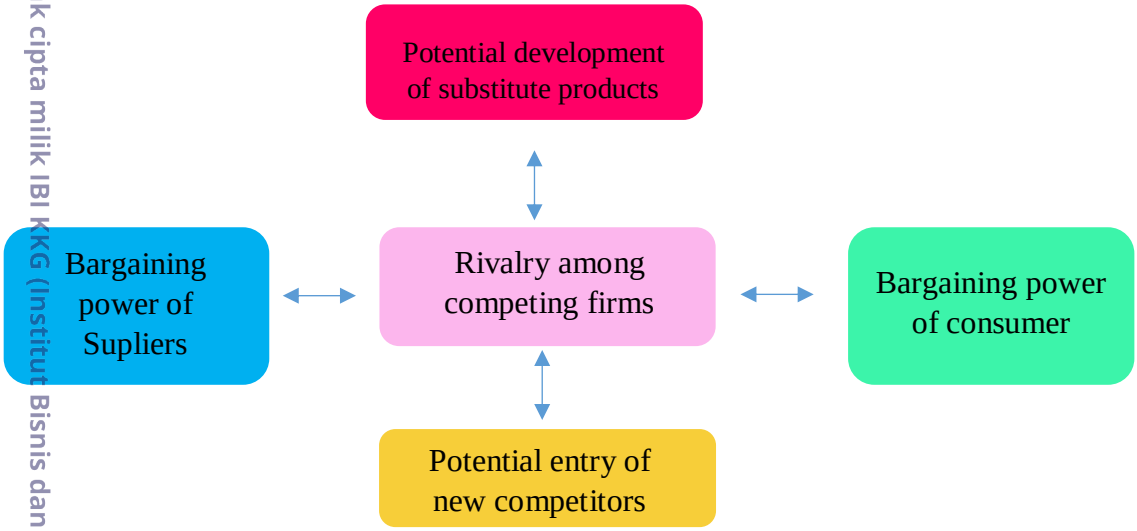
D. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan model Porter (*Porter Five Forces Business Model*)

Menurut David dan David (2015:239) *"Porter's Five - Forces Model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries. The intensity of competition among firms varies widely across industries.*" yang memiliki arti "Model analisis kompetitif Porter Five-Forces adalah pendekatan yang banyak digunakan untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Intensitas persaingan di antara perusahaan sangat bervariasi di berbagai industri."

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 3.1

Porter's Five Forcess Model (Model Lima Kekuatan Porter)



Sumber : David dan David(2015:239) , *Strategic Management*

1. ***Rivaly Among Competing Firms*** **(Persaingan Antar Perusahaan Saingan)**

Perusahaan saingan adalah perusahaan yang menawarkan produk / jasa yang sejenis dan dalam hal ini adalah sesama kedai minuman. Persaingan dalam bisnis ini sangatlah tinggi, mengingat bisnis minuman akhir- akhir ini sangat berkembang pesat sehingga banyaknya perusahaan sejenis yang ada. Namun dengan strategi persaingan harga dan didukung dengan strategi pemasaran yang sesuai dan memperhatikan serta mempertahankan kualitas dari produk maupun layanan yang diberikan, maka penulis yakin "DIY" dapat bersaing dan sukses dalam mendirikan bisnis minuman ini.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. *Potential Entry of New Competitor* (Potensi Masuknya Pesaing Baru)

Potensi masuknya pesaing baru untuk bisnis minuman ini cukup besar, mengingat besarnya peluang, dan proses perijinan yang semakin mudah untuk dilakukan ditambah lagi dengan modal untuk membuka bisnis sejenis ini tidak memerlukan modal yang terlalu besar, maka banyak pesaing baru yang akan bermunculan dengan menawarkan kelebihan dan keunikannya masing-masing. Namun tidak semua dari usaha seperti ini dapat dikenal oleh masyarakat secara luas dan umum. Faktor pemasaran sangat berperan penting, agar bisnis ini dapat diingat oleh para calon pembeli.

Untuk menghadapi persaingan yang cukup ketat ini, penulis melakukan beberapa strategi pemasaran untuk dapat bersaing dan tetap bertahan dalam pasar yang bersaingan ketat ini, yaitu dengan cara melakukan pemasaran melalui media sosial dan mencoba melakukan studi banding dengan para pesaing sehingga "DIY" dapat terus bertahan dan mampu berdiri unggul dari pasa pesaingnya.

3. *Potential Development of Substitute Products* (Potensi Pengembangan Produk-Produk Pengganti)

Pengembangan produk-produk pengganti menjadi sebuah ancaman yang besar untuk bisnis minuman seperti "DIY" ini, produk-produk pengganti ini memiliki peluang dan kesempatan yang besar untuk menggantikan produk "DIY". Untuk bisnis minuman ini, ancaman dari produk pengganti sangat besar karena mungkin banyak bisnis-bisnis baru yang memiliki konsep yang sama atau bahkan lebih unggul, sehingga strategi yang digunakan oleh "DIY" adalah selalu menjaga kualitas produk, menjaga kualitas pelayanan dan memiliki

hubungan yang baik kepada para pembeli, serta meningkatkan promosi – promosi baik melalui media sosial dan sarana lainnya.

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

Peranan dan keberadaan pemasok sangatlah penting untuk sebuah bisnis terutama yang bergerak di bidang minuman seperti ini, karena tanpa hadirnya pemasok bahan-bahan baku utama, kegiatan operasional tidak dapat berjalan dengan sempurna. “DIY” saat ini memiliki beberapa pemasok untuk bahan baku dan juga perlengkapan yang diperlukan untuk proses operasional sehari-hari. Pemasok memiliki kemampuan untuk menurunkan atau menaikkan harga bahan bakunya dan memiliki kemampuan untuk membatalkan kerjasama, sehingga penulis harus mampu menjaga hubungan baik dengan semua pemasoknya demi mendapatkan bahan baku yang sesuai dengan kriteria dan kebutuhan yang telah ditentukan oleh “DIY” sebelumnya. Karena hal tersebut “DIY” harus memiliki pemasok cadangan, sehingga ketika pemasok utama bermasalah atau ada kendala dalam proses pembelian dan pengiriman, “DIY” sudah memiliki cadangannya untuk memenuhi kebutuhan operasional. Sehinggan kegaiatan operasional tidak akan terganggu dan dapat berjalan normal.

5. *Bargaining Power of Consumers* (Daya Tawar Konsumen)

Konsumen akan mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan selera mereka. Maka dari itu “DIY” memerlukan adanya daya tarik khusus untuk para pembeli, dengan cara memberikan layanan yang terbaik semaksimal mungkin, karena para pembeli saat ini menjadi lebih teliti dan sensitif dalam hal membandingkan kualitas produk, harga, dan pelayanan yang diberikan, sehingga “DIY” sangat mengutamakan kualitas

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

produk dan kualitas pelayanan yang memuaskan serta harga yang ditawarkann termasuk ke dalam kategori yang murah dan wajar, agar dapat terus memenuhi kebutuhan, keinginan, serta kepuasan para pembeli.

E. Analisis Faktor – faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix*)

Menurut David dan David (2015:245) "*The competitive profile matrix (CPM) indentifies a firms's strategic position. The weights and total weighted scores in both a CPM and EFE have the same meaning. However, critical success factors in a CPM include both internal and external issues"* yang artinya "matriks profil kompetitif (CPM) mengidentifikasi posisi strategis perusahaan. Bobot dan skor total tertimbang dalam CPM dan EFE memiliki arti yang sama. Namun, faktor penentu keberhasilan dalam CPM mencakup masalah internal dan eksternal."

Dalam analisisnya, penulis menyebarkan kuesioner untuk mengetahui tentang hal-hal yang paling dalam menentukan keunggulan sebuah kedai minuman dan beberapa faktor yang menjadi acuan dalam menentukan kekuatan dan kelemahan pesaingnya yaitu varian rasa, lokasi strategis, harga, serta kenyamanan tempat.

Berikut table analisis CPM "DIY"

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix "DIY"

Competitive Profile Matrix "DIY"							
Critical Success Factor	**Weight**	**Rencana "DIY"**		**Dum-Dum Thai Drink**		**Calais**	
		Rating	**Score**	**Rating**	**Score**	**Rating**	**Score**
Varian Rasa	**0.05**	**2**	0.1	**3**	0.15	**3**	0.15
Varian Topping	**0,05**	**4**	0.2	**1**	0.05	**2**	0.1
Kualitas Produk	**0.3**	**4**	1.2	**4**	1.2	**4**	1.2
Harga	**0.25**	**4**	1	**3**	0.75	**2**	0.5
Kenyamanan Tempat	**0.15**	**4**	0.6	**2**	0.3	**3**	0.45
Lokasi Strategis	**0.2**	**3**	0.6	**3**	0.6	**3**	0.6
TOTAL	**1**	**3.7**		**3.05**		**3**	

Sumber : Data diolah

Keterangan :

1. Bobot yang bernilai paling tinggi merupakan faktor yang terpenting untuk menunjang keberhasilan perusahaan
2. Total dari bobot secara keseluruhan adalah 1 (Satu)
3. Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yaitu: 4 = major strength, 3= minor strength, 2= minor weakness, 1=major weakness
4. Total pada masing-masing perusahaan merupakan hasil dari perkalian rating dengan score (rating x score)
5. Bobot ini di dapat dari hasil survey/ kuesioner , yang dapat dilihat di lampiran.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Berdasarkan **Tabel 3.2** angka bobot yang tertera dalam table analisis CPM didapat dari hasil survei 75 responden yang terdiri dari laki – laki dan perempuan yang berstatus pelajar, mahasiswa, pegawai, dan wiraswata, dengan rentang usia 15 tahun hingga lebih dari 30 tahun.

Berdasarkan perhitungan pada table 3.2 diatas, menunjukkan bahwa "DIY" memiliki dua pesaing yaitu Dum-Dum Thai Drink dan Calais, dan menunjukkan bahwa "DIY" memperoleh total nilai tertimbang paling tinggi yaitu **3.7** yang artinya "DIY" memiliki peluang yang besar untuk memasuki pasar. Namun "DIY" tetap harus fokus menjaga kualitas produknya, pelayanan serta pemasaran produknya agar para pelanggan tetap memilih "DIY" sebagai pilihan mereka untuk membeli minuman.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (*SWOT Analysis*)

Menurut David dan David (2015:259) "*The Strengths–Weaknesses-Opportunities–Threats (SWOT) Matrix is an important matching tool that helps managers develop four types of Strategies: SO (Strengths-Opportunities) strategies, WO (Weaknesses-Opportunities) strategies, ST (Strengths-Threats) strategies, and WT (Weaknesses-Threats) strategies. Matching key external and internal factors in the most difficult part of developing a SWOT Matrix and requires good judgment-and there is no one best set of matches."*

Yang artinya "Matriks Kekuatan-Kelemahan-Peluang- Ancaman (SWOT) adalah alat pencocokan penting yang membantu manajer mengembangkan empat jenis Strategi: strategi SO (Kekuatan-Peluang), strategi WO (Pelemahan-Peluang), strategi ST (Kekuatan-Ancaman), dan strategi WT (Weaknesses-Threats). Mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal utama di bagian tersulit dalam

mengembangkan Matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik - dan tidak ada satu pun yang cocok dengan yang terbaik."

1. *Strength* (Kekuatan)

Strength adalah faktor – faktor internal positif yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. *Strength* dari "DIY" adalah :

a) Harga yang terjangkau.
b) Varian topping beragam dan menu yang berbeda.
c) Mengikuti trend dan memiliki konsep yang berbeda.
d) Tempat yang nyaman dengan design menarik.
e) Kualitas pelayanan yang baik.
f) Bekerja sama dengan beberapa perusahaan e-money.

2. Weakness (Kelemahan)

Weakness adalah faktor-faktor internal negatif yang menghambat kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. Weakness dari "DIY" adalah :

a) Manajemen yang belum berpengalaman.
b) *Brand Image* yang belum terkenal karena baru didirikan.
c) Varian Minuman yang sedikit.

3. *Oportunity* (Peluang)

Oportunity adalah faktor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran, dan tujuannya. *Oportunities* yang dimiliki "DIY" adalah :

a) Belum ada kedai minuman yang memiliki konsep seperti ini (dapat mengambil sendiri topping, minumannya serta es batunya).

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

b) Bisnis minuman ini sedang menjadi trend.

c) Promosi melalui media sosial dan layanan aplikasi online yang sangat membantu.

d) Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif.

4. *Threat* (Ancaman)

Threat adalah faktor-faktor eksternal negatif yang dapat menghalangi perusahaan untuk mencapai misi, sasaran dan tujuannya. *Threat* yang dimiliki "DIY" adalah:

a) Banyaknya kompetitor atau pesaing dalam usaha sejenis yang sudah lebih dikenal masyarakat.

b) Dekatnya lokasi antar pesaing.

c) Konsep usaha yang muda ditiru oleh pesaing.

d) Loyalitas konsumen belum terbentuk.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.3

Matriks SWOT "DIY"

Internal / **Eksternal**	**Strenght (S)**	**Weakness (W)**
	1. Harga terjangkau 2. Varian topping dan menu 3. Mengikuti trend dan memiliki konsep yang berbeda 4. Tempat yang nyaman dengan design menarik 5. Kualitas pelayanan yang baik 6. Bekerja sama dengan beberapa perusahaan *e-money*	1. Manajemen belum berpengalaman 2. *Brand Image* belum terbentuk 3. Varian Minuman sedikit
Oportunity (O)	**Strategi SO**	**Strategi WO**
1.Belum ada pesaing dengan konsep sama 2.Minuman ini sedang trend 3.Promosi di media sosial dan layanan aplikasi online 4. Gaya hidup masyarakat yang konsumtif	1. Menjual dengan bebagai menu dan varian topping dengan harga murah (S1,S2,O1,O2,O4) 2. Mengikuti trend dan menciptkan konsep yang unik (S3,O1) 3. Mempromosikan dan membangun relasi yang baik (S5,O3) 4. Memberikan pelayanan yang terbaik. (S4,S5,S6,O4)	1. Menumbuhkan Brand Image yang baik di mata masyarakat (W2,O3). 2. Mengamati, meniru dan memodifikasi (W1,O2) 3. Berinovasi mengikuti trend, dan permintaan masyarakat. (W3,O2,O4)
Threat (T)	**Strategi ST**	**Strategi WT**
1. Kompetitor lebih dikenal 2. Dekatnya lokasi antar pesaing 3. Konsep usaha mudah ditiru 4. Loyalitas konsumen belum terbentuk	1. Melakukan inovasi, dan diferensiasi dengan harga terjangkau (S1,S2,S3,T1,T3) 2. Memberikan fasilitas dan pelayanan yang terbaik (S4,S5,S6,T2,T4)	1. Melakukan studi banding (W1,T1,T2) 2. Mengembangkan variasi produk (W3, T1)

Sumber : "DIY"

Penjelasan strategi yang dilakukan “DIY” dari analisis SWOT tersebut adalah sebagai berikut :

STRATEGI SO

1. Menjual minuman yang sedang menjadi trend ini dengan konsep yang berbeda karena mereka bisa mengambil sendiri topping, es batu, minumannya dan varian rasa, varian toppingnya yang cukup berbeda. “DIY” menjual produknya dengan harga yang sangat terjangkau yang ditetapkan oleh “DIY”, minuman ini mampu dibeli oleh berbagai kalangan masyarakat.
2. “DIY” ini merupakan bisnis minuman yang berdiri seiring mengikutinya perkembangan trend, dari perkembangan trend tersebut kami terus melakukan inovasi untuk menciptakan konsep yang unik, berbeda dan menarik minat para pelanggan.
3. Mempromosikan “DIY” dan membangun relasi yang baik dengan pelanggan melalui media sosial maupun layanan aplikasi online , dengan memanfaatkan teknologi disini “DIY” ingin menyapa para pelanggannya dan menciptakan hubungan yang baik di media sosial ataupun layanan aplikasi online lainnya seperti zomato, google review, dll.
4. Memberikan pelayanan yang terbaik dimulai dari tempat yang nyaman dan menarik, pelayanan dari para pegawai yang sudah terlatih dan ramah, serta dengan kemudahan bertransaksi karena pihak “DIY” telah bekerja sama dengan beberapa perusahaan penyedia layanan *electronic money* (*e-money*) sepert OVO,Go-Pay,Dana,Link Aja,dll.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

STRATEGI WO

1. Memanfaatkan media sosial dan layanan aplikasi online lainnya seperti layanan Go-Food dan Grab Food,zomato,dll untuk menumbuhkan *Brand Image* yang baik di mata masyarakat , dengan menggunakan media sosial dan layanan aplikasi online lainnya "DIY" ingin menunjukkan kualitas dan produk yang dimiliki "DIY" agar masyarakat bisa mengenal "DIY" lebih jauh.
2. Mengamati, meniru dan memodifikasi sistem manajemen dari bisnis sejenis yang sudah sukses, karna bisnis minuman ini sedang trend , melihat dari bisnis minuman yang sudah sukses kita mengamati dan dapat meniru sistem manajemennya agar kita juga memiliki sistem manajeman yang baik dan dapat melakukan modifikasi sesuai dengan bisnis kita.
3. Dengan mengikuti perkembanga trend, "DIY" akan terus melakukan inovasi – inovasi lainnya dan tidak lupa untuk memperhatikan minat dan permintaan para masyarakat sekitar. Agar inovasi yang telah "DIY" ciptakan sesuai dengan minat dan kemauan masyarakat, dan dapat laku di pasaran karena gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif.

STRATEGI ST

1. Menyajikan menu minuman dan varian topping yang berbeda dan unik dibandingkan para pesaing kita, seperti "DIY" menyediakan ada beberapa pilihan topping yang unik seperti popping bobba, bobba/ pearl dengan rasa buah, menyediakan menu minuman yang unik seperti rasa buah tetap dengan harga yang terjangkau dan dapat bersaing di antara para kompetitor.
2. Memberikan fasilitas seperti tempat duduk yang nyaman, adanya listrik dan wifi yang memadai untuk semua pelanggan yang datang, serta memberikan pelayanan yang baik seperti menyapa setiap pelanggan, menerima kritik dan saran dari setiap

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

pelanggan, dan kemudahan bertransaksi dengan menggunakan layanan *electronic money* (*e-money*) sepert OVO,Go-Pay,Dana,dll yang dapat membentuk loyalitas konsumen.

STRATEGI WT

1. Mempelajari cara manajemen dari para pesaing karena lokasi mereka berdekatan mudah untuk melakukan studi banding, seperti datang ke tempat pesaing , membeli dan menikmati produk mereka, mengamati bagaimana prosedur kerjanya, dll. Agar kita dapat mencari insprirasi untuk melakukan inovasi untuk produk kita.
2. Mengembangkan variasi produk minuman serta topping kedepannya, seperti membuat *special edition* menu untuk hari – hari khusus dan peryaan tertentu. Dan menambah varian rasa-rasa yang unik lainnya.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie