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

BAB II

ANALISIS INDUSTRI

A. Gambaran Masa Depan

Dalam analisis gambar masa depan ini tidak hanya mempengaruhi secara tidak langsung kegiatan masa depan suatu usaha tetapi juga dapat menentukan kelangsunggan pemasaran suatu usaha yang di jalankan. Karena alasan tersebut, maka analisis industri sangat penting dilakukan oleh seorang wirausaha untuk mengetahui tentang industri yang ingin dimasuki. Untuk memulai sebuah usaha, perlu dibuat perencanaan yang matang. Hal yang sangat penting adalah menentukan jenis usaha yang cocok untuk dijalankan. Hal ini terkait dengan kemampuan masing-masing individu, karena untuk membuat atau mendirikan usaha baru, harus benar-benar memahami proses bisnis dari A-Z usaha yang akan digeluti tersebut, beserta risiko-risiko yang dapat terjadi.

Menurut Robert D. Hisrich, Michael P. Peters, dan Dean A. Shepherd (2013:196) Analisis industri adalah meninjau kembali tren industri dan strategi-strategi persaingan, misalnya permintaan dalam suatu industri yang informasinya dapat diperoleh dengan mudah atau tingkat persaingan yang ada dalam suatu industri. Beberapa faktor tentang spesifikasi trend industri diantaranya, yaitu:

Pertama, permintaan industri. Permintaan selalu berhubungan dengan industri yang sedang berkembang dimasyarakat.Informasi dan pengetahuan tentang permintaan dari masyarakat akan menentukan seberapa potensinya usaha yang

akan di bangun dan memperkirakan besar nya market share yang bisa diperoleh dari industri tersebut.

Kedua, persaingan. Setiap usaha yang dilakukan tidak pernah terlepas dari adanyapersaingan, baik itu p-ersaingan langsung maupun tidak langsung karena itu penting untuk mengetahui informasi tentang pesaing,kekuatan dan kelemaha, dan sebaik nya agar dapat mempersiapkan diri menghadapi ancaman dari pesaing-pesaing.

Bagian terakhir dari analisis industri adalah fokus pada market tertentu, artinya mengetahui informasi tentang siapa yang akan menjadi calon pelanggan, lingkungan bisnis seperti apa yang terdapat dalam pasar, dan area geografisnya dimana suatu usaha dapat berjalan.

Dalam hal ini, untuk itu penulis sudah berkunjung dan melakukan *survey* di daerah Bandar Lampung, Lampung dan belum menemui cafe yang memiliki konsep *garden* dengan desain yang nyaman dan unik yang dapat menjadi suatu permintaan industri kuliner yang populer di Lampung, selain itu cafe Hangate dapat menjadi pemimpin pasar dalam persaingan karena cafe sejenis ini belum ada di Lampung.

Diharapkan dengan dibukanya Cafe Hangate ini dapat membantu memberikan lapangan pekerjaan bagi lingkungan sekitar dan dapat meningkatkan taraf kesehatan setiap orang. Visi dari cafe Hangate sendiri adalah untuk menjadi cafe paling populer dan favorit di seluruh dunia. Sedangkan, Misi dari cafe Hangate adalah menyediakan tempat nongkrong yang unik, nyaman, dan sehat dengan pelayanan memuaskan dan harga yang terjangkau.

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

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

B. Analisis Pesaing

Persaingan merupakan hal yang tidak dapat dihindari dalam suatu bisnis dan dalam suatu persaingan bisnis pasti terdapat kompetitor atau pesaing lain yang menjual produk sejenis dengan perusahaan kita. Dengan adanya kompetitor persaingan dalam membangun keunggulan dalam pasar harus terus dilakukan untuk lebih mensukseskan perusahaan agar tidak kalah bersaing dengan kompetitor lain. Dengan adanya kompetitor akan memudahkan konsumen untuk memperoleh alternatif lain dari produk kita.

Dalam menganalisa pesaing sejenis ada beberapa cara yang dapat dilakukan dan diperhatikan dengan analisis *SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).* Untuk menganalisa pesaing tersebut penulis melakukan penelitian terhadap konsumen pesaing menggunakan Analisa *Competitive Profile Matrix*.

Ditinjau dari segi lokasi cafe Hangate yang berlokasi di Bandar Lampung, cafe memiliki beberapa pesaing. Berikut ini pesaing-pesaing utama dari cafe Hangate.

1. Nudie Cafe: Nudie Cafe ini merupakan cafe yang menyediakan berbagai macam minuman berakohol dalam negeri dan luar negeri dengan bernuansa klasik dengan *live* musik.
2. Diggers Cafe: Diggers Cafe merupakan cafe yang menyediakan berbagai macam makanan berat dan juga berbagai minuman dengan menawarkan pemandangan laut yang indah dari ketinggian.
3. Els Coffe: Els Coffe merupakan cafe nongkrong yang menawarkan coffe robusta dan arabica khas Lampung yang banyak digemari pecinta coffe.

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 2.1

Tabel Analisis CPM (Competitive Profile Matrix)

Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	Hangate		Nudie Cafe		Diggers Cafe		Els Coffe	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Kualitas Produk	0,2	4	0,8	4	0,8	2	0,4	4	0,8
Promosi	0,05	4	0,2	2	0,1	4	0,2	3	0,15
Daya Saing Harga	0,1	2	0,2	1	0,1	3	0,3	3	0,3
Pelayanan	0,15	4	0,6	3	0,45	4	0,6	2	0,3
Design Lokasi	0,1	4	0,4	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Lokasi	0,15	3	0,45	4	0,6	4	0,6	4	0,6
Loyalitas Pelanggan	0,15	4	0,6	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Fasilitas	0,1	2	0,2	3	0,3	2	0,2	2	0,2
Total	1		3,45		3,1		3,05		3,1

Sumber : Wawancara Pada Beberapa Konsumen

Melihat ketatnya persaingan cafe yang ada di Bandarlampung, maka cafe Hangate harus memiliki suatu keunggulan unik tertentu yang dapat menjadi kekuatan produk untuk memperoleh pasar. Untuk menjadi unggul dalam persaingan, dibutuhkan beberapa hal yang harus dijalankan dan diperhatikan dalam menjalankan bisnis, yaitu :

1. Kualitas produk

Kualitas produk merupakan salah satu hal yang paling penting untuk membuat suatu keputusan dan faktor tertinggi untuk mertimbangkan dalam hal membuat keputusan dalam membeli atau mengkonsumsi suatu produk, serta loyalitas konsumen untuk menjadi pelanggan setia.

2. Promosi

Mempromosikan suatu bisnis dengan gencar melalui berbagai macam media dan menggunakan berbagai macam promo, diskon, serta menggunakan artis terkenal akan memperkenalkan produk kita kepada setiap orang dan akan menarik minat pembeli untuk mengkonsumsi produk kita dibandingkan produk lain. Serta sangat efektif untuk meningkatkan penjualan.

3. Daya saing harga

Harga merupakan hal penting yang juga sangat berpengaruh dalam menentukan keputusan setiap pembelian konsumen terhadap suatu produk. Untuk itu dalam menetapkan suatu harga harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat terhadap kebutuhan produk tersebut dan juga harus melihat harga yang ditentukan pesaing sejenis. Namun penentuan harga yang paling efektif dan menguntungkan dapat ditetapkan berdasarkan jumlah kebutuhan dan jumlah ketersediaan produk di pasaran, serta kualitas produk yang diberikan untuk kepuasan pelanggan sehingga harga dapat ditentukan seefektif mungkin untuk memperoleh minat pelanggan dan keuntungan semaksimal mungkin untuk perusahaan.

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.

4. Pelayanan

Pelayanan merupakan faktor yang tidak kalah pentingnya dengan faktor lainnya. Dengan adanya pelayanan yang baik dan memuaskan kepada pelanggan, akan menarik loyalitas pelanggan untuk kembali melakukan pembelian produk pada perusahaan kita dan meningkatkan kepercayaan pelanggan pada manfaat produk yang mereka konsumsi dari perusahaan kita.

5. Design lokasi

Design lokasi juga merupakan faktor penting untuk menarik minat setiap orang untuk mau singgah pada cafe kita. Dengan desain yang menarik, unik, dan ekslusif akan menarik minat calon pelanggan untuk mau mampir mencoba produk dan menikmati suasana di dalam cafe.

6. Lokasi

Pemilihan lokasi juga sangat berpengaruh pada minat setiap pelanggan untuk datang pada cafe kita. Untuk itu pemilihan lokasi harus strategis, mudah untuk diakses, jauh dari polusi dan kebisingan, suasana yang nyaman, dan dekat dengan supplier bahan baku maupun target pasar yang dituju agar dapat seefesien dan seefektif mungkin dalam mencapai tujuan perusahaan.

7. Loyalitas pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam memperoleh kepercayaan setiap pelanggan untuk terus mengkonsumsi produk-produk yang ditawarkan dan menarik pelanggan lainnya untuk dapat lebih loyal pada produk perusahaan. Untuk itu, dalam membangun dan menjaga loyalitas setiap

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.

pelanggan dibutuhkan penyaluran manfaat kualitas produk yang dapat tersampaikan dengan baik kepada pelanggan dan juga pelayanan ekstra pada setiap pelanggan tidak hanya pada saat sebelum pembelian melainkan melayani dengan baik juga setelah pemakaian produk. Dengan demikian, setiap pelanggan akan memperoleh kepuasan dan kembali lagi untuk melakukan pembelian.

8. Fasilitas

Kelengkapan fasilitas suatu usaha merupakan nilai tambah yang penting untuk menarik perhatian pelanggan untuk bersinggah dan membeli produk kita. Apalagi dalam cafe untuk nongkrong kelengkapan fasilitas seperti wifi, toilet yang bersih, lokasi yang unik untuk berfoto, dan permainan yang disediakan bagi yang lagi bosan.

Kesimpulan dalam analisis CPM jika dilihat dari berbagai variabel yang telah disebutkan diatas maka cafe Hangate memiliki nilai yang paling besar dan mampu menghadapi persaingan dengan berbagai macam cafe minuman populer lainnya, yaitu yang paling dekat Nudie Cafe, Diggers Cafe, dan Els Coffe.

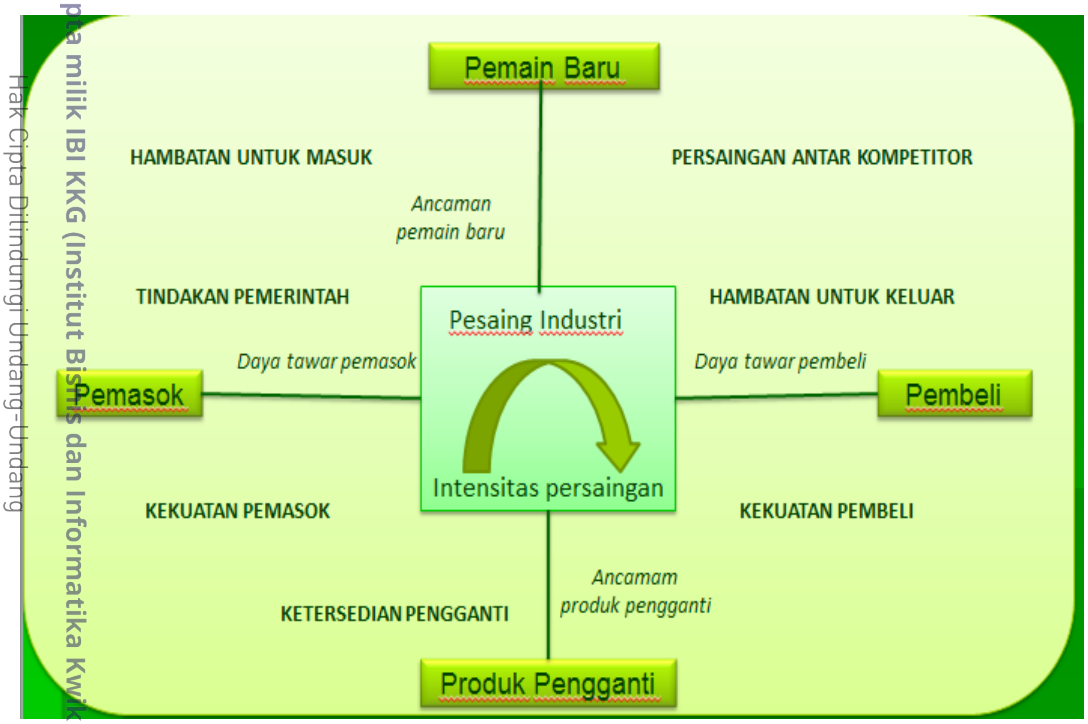
Menurut Fred R. David (2013:145) berdasarkan 5 kekuatan bersaing porter tentang analisis kompetitif merupakan pendekatan yang dapat digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di dalam industri. Dalam suatu bisnis tertentu dapat dinilai berdasarkan perpaduan lima kekuatan yang dapat diterangkan dan dilihat seperti gambar 2.1.

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
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

Gambar 2.1

5 Kekuatan Bersaing Porter



Sumber : http://kokikomi.blogspot.co.id/2012/05/elemen-struktur-industri.html

1. **Ancaman Pemain Baru**

Adanya ancaman masuknya pemain atau pesaing baru sejenis bagi cafe Hangate cukup tinggi karena hambatan untuk memasuki bisnis cafe tersebut tidak terlalu banyak karena modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar dan mudahnya untuk meniru konsep-konsep cafe yang ada, serta mudahnya mencari berbagai informasi mengenai semua kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan saat ini melalui media online.

Ancaman tersebut dapat diminimalisir melalui kualitas spesifikasi produk yang ditawarkan yang tertuju pada ceruk pasar khusus yaitu para

penikmat wedang jahe dan sebagai solusi minuman kesehatan, serta dapat diminimalisir dengan secepatnya meraih loyalitas pasar yang ada dengan mengutamakan kualitas dan pelayanan yang ada sehingga jika ada pesaing baru yang memasuki bisnis sejenis maka cafe Hangate sudah menjadi pemimpin dalam bisnis tersebut dengan loyalitas para pelanggan yang tinggi dan berat rasanya untuk beralih pada perusahaan lainnya.

Namun pesaing baru biasanya berani memasuki bisnis sejenis karena sudah mempunyai sesuatu yang baru dan berbeda dengan produk yang sudah ada sebelumnya sehingga dapat mengurangi pangsa pasar cafe Hangate, sehingga untuk mengantisipasi ancaman tersebut cafe Hangate harus terus memantau apa yang sedang dibutuhkan di pasar dan harus terus selalu berinovasi dalam mewujudkan produk-produk yang sedang dibutuhkan pasar untuk terus menarik konsumen untuk terus mengkonsumsi produk-produk Hangate. Hal tersebut dapat dilakukan dengan meminta *feedback* kepada setiap pelanggan setia Hangate yang bersedia memberikan komentar dan permintaannya mengenai apa yang harus ditambahkan dalam produk Hangate untuk lebih bermanfaat lagi untuk para penikmatnya sehingga keinginan para pelanggan setia dapat tersalurkan dengan efektif untuk terus meningkatkan loyalitas mereka.

Selain itu, cafe Hangate harus terus memantau pesaing baru yang ada bagaimana strategi-strategi yang dibuat pesaing dan harus mencari kelemahan pesaing untuk dapat menguatkannya pada produk Hangate. Cafe Hangate juga harus terus meningkatkan kualitas rasa akan produk-produk yang ada serta berbagai kreativitas dan inovasi baru dalam membuat design produk lebih

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.

menarik dan menambah keyakinan rasa kenikmatan serta manfaatnya kepada setiap konsumen yang bertambah untuk terus menikmati produk-produk Hangate.

2. Kekuatan Tawar Pemasok

Kekuatan daya tawar pemasok dapat mempengaruhi keberlangsungan suatu bisnis dalam persaingan yang ada di industri bisnis sejenis. Dimana pemasok untuk bahan baku pada bisnis cafe Hangate ada dalam jumlah besar sehingga kekuatan tawar menawar ada pada cafe Hangate karena apabila produk yang ditawarkan pemasok sudah tidak sesuai kualitas yang dibutuhkan dan harga yang berubah tidak sesuai keinginan cafe Hangate, maka cafe Hangate dapat beralih pada pemasok bahan baku lainnya yang lebih menguntungkan dengan kualitas produk dan harga yang sesuai standar cafe Hangate. Untuk itu, cafe hangate harus terus menjalin relasi baik dengan para pemasok bahan baku yang ada untuk mendapatkan pasokan yang tercukupi dan tepat waktu serta dengan kualitas yang memuaskan. Hal tersebut, karena cafe Hangate hanya akan memberikan produk dengan kualitas tinggi pada setiap konsumen dengan memberikan kebebasan pada konsumen untuk dapat memilih secara langsung bahan baku yang ada untuk dapat di olah secara dadakan secara segar untuk meningkatkan loyalitas setiap konsumen.

3. Kekuatan Tawar Pembeli

Kekuatan daya tawar pembeli akan tinggi jika pembeli dapat dengan mudah memperoleh produk-produk sejenis pada pesaing lain. Mereka mempunyai kekuatan yang sangat tinggi untuk mempengaruhi harga penjual

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.

karena mudahnya mendapatkan produk sejenis lainnya pada pesaing dengan harga yang lebih menguntungkan. Begitupun sebaliknya kekuatan penjual akan sangat tinggi apabila tidak ada produk sejenis pada pesaing lainnya, sehingga dapat memaksimalkan keuntungan dengan memberikan harga yang diinginkan. Pada kekuatan daya tawar pembeli disini berada pada cafe Hangate karena sebelumnya tidak ada produk-produk seperti yang ditawarkan cafe Hangate dan belum adanya konsep bisnis yang ditawarkan cafe Hangate di daerah Bandarlampung. Dengan demikian cafe Hangate dapat menentukan harga seefektif mungkin karena belum adanya bisnis sejenis sebelumnya, namun penentuan harga tersebut harus ditentukan berdasarkan perhitungan seluruh biaya yang dikeluarkan, rata-rata penghasilan target pasar yang dituju, dan rata-rata harga minuman pada cafe lainnya, serta manfaat yang dapat diberikan produk-produk yang ditawarkan cafe Hangate.

4. Ancaman Produk Pengganti

Ketersediaan produk pengganti maupun produk turunan dapat mempengaruhi penurunan permintaan dan minat terhadap produk utama perusahaan karena produk pengganti dapat diperoleh dengan harga yang lebih terjangkau dengan manfaat yang tidak jauh berbeda. Persaingan kompetitif dengan produk pengganti tersebut dapat berdampak pada adanya batasan tertinggi dalam memberi harga produk kepada konsumen dan turunnya permintaan konsumen apabil bahan baku utama sulit untuk didapatkan atau sedang mengalami kenaikan harga. Pada bisnis cafe Hangate ini ancaman produk pengganti berada pada pedagang-pedagang wedang jahe, susu jahe, maupun sekuteng keliling maupun pinggiran yang dapat diperoleh dengan mudah dengan harga yang lebih terjangkau. Sehingga cafe Hangate harus

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

mempunyai suatu keunggulan produk tertentu yang lebih bermanfaat dan lebih nikmat untuk dikonsumsi serta menyediakan tempat yang nyaman untuk bersantai.

5. Persaingan Industri

Dalam persaingan pada industri sejenis perusahaan dapat berhasil apabila mampu mempunyai strategi keunggulan kompetitif atas pesaing-pesaing yang ada. Persaingan dalam menetapkan strategi tersebut dapat berjalan dengan serang-menyerang antar industri untuk saling menjatuhkan dan mengunggulkan dirinya. Strategi tersebut, seperti : peningkatan kualitas produk, penurunan harga, peningkatan layanan, penambahan fitur produk, dan juga peningkatan promosi.

Strategi yang dijalankan cafe Hangate sendiri adalah menyediakan kualitas produk jahe yang berkualitas tinggi, memberikan keleluasaan pada konsumen untuk dapat memilih bahan baku jahe segar secara langsung untuk kemudian di olah, memberikan suasana nongkrong yang nyaman, memberikan pelayanan yang baik dan ramah, memberikan hiburan permainan bagi yang bosan, membangun *brand* maupun *prestise* untuk meningkatkan loyalitas, memberikan harga terjangkau bagi semua kalangan, dan juga berbagai macam promo, even, hadiah untuk konsumen-konsumen tertentu.

Analisis SWOT menurut David (2011:17) adalah peluang dan ancaman berasal dari kondisi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, teknologi, dan pesaing serta berbagai kejadian yang dapat berdampak buruk atau baik bagi organisasi di masa depan. Sementara kekuatan dan kelemahan adalah

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

hal yang bisa dikontrol oleh organisasi. Mereka dapat muncul di berbagai fungsi manajemen seperti finance, marketing, produksi, R&D, dan sistem informasi manajemen. Perusahaan perlu menganalisa suatu persaingan yang ada agar dapat terus bertahan dalam keberlangsungan bisnisnya.

Untuk dapat malakukan analisa tersebut, maka perusahaan dapat menggunakan analisa matriks SWOT *(Strenghts, Weaknesess, Opportunities, Threats).* Matriks SWOT tersebut merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk mencocokkan yang penting dalam membantu manajer mengembangkan empat jenis strategi, yaitu : Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman).

Cafe Hangate juga memiliki kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, berikut analisa SWOT Cafe Hangate.

1. **Strenghts (kekuatan)**

   a. Menu produk bersifat *spesifik* atau khusus, berbeda dan belum ada sebelumnya, serta merupakan solusi kesehatan

      Cafe Hangate mempunyai keunggulan dalam produk utamanya yaitu berbahan baku khusus dari jahe dan merupakan solusi kesehatan bagi setiap konsumen yang mengkonsumsinya dengan penyajian dipadukan berbagai macam campuran topping yang akan membuat rasa wedang jahe lebih nikmat untuk dikonsumsi serta mempunyai ciri khas yang belum pernah ada sebelumnya di Bandarlampung.

   b. Tempat yang nyaman dan menyenangkan

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

Lokasi cafe Hangate akan bertemakan *garden* atau taman yang akan dihias seunik mungkin dan akan berganti-ganti konsep secara berkala untuk terus menarik perhatian para konsumen khususnya yang suka berfoto-foto. Selain itu, lokasi akan dibuat senyaman mungkin untuk bersantai ataupun mengobrol.

c. Free wi-fi

Cafe Hangate juga akan dilengkapi dengan wi-fi berkecepatan tinggi untuk memudahkan akses komunikasi, berbisnis dan seluruh akses internet yang di inginkan setiap konsumen Hangate. Hal tersebut akan memudahkan para anak muda yang ingin bekerja kelompok untuk menyelesaikan tugas, para pembisnis yang bertemu dengan rekan bisnisnya dan ingin membahasnya bisnisnya melalui internet, dll.

d. Menyediakan permainan game ataupun majalah

Cafe Hangate akan menyediakan permainan game yang asik untuk para remaja maupun orang dewasa disaat sambil menunggu proses pembuatan pesanan maupun sambil menikmati produk Hangate, dan akan menyediakan berbagai macam majalah-majalah dan komik. Kebanyakan cafe-cafe di lampung hanya menyediakan hiburan *live* musik dan belum ada yang menyediakan permainan yang unik dan asik.

e. Pelayanan yang baik dan memuaskan

Pelayanan di cafe Hangate mempunyai standar yang tinggi dalam melayani setiap konsumen Hangate, setiap karyawan akan dilatih dan

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.

diwajibkan untuk ramah dan menganggap konsumen adalah raja yang siap dipenuhi semua kebutuhannya, pelayanan tersebut tidak hanya sebelum melakukan pemesanan melainkan hingga konsumen pulang dari cafe.

2. Weaknesess (kelemahan)

a. Belum adanya loyalitas konsumen

Cafe Hangate merupakan cafe yang menyediakan produk-produk belum pernah ada sebelumnya di Bandarlampung, sehingga masih sangat baru untuk menjajaki pasar dan belum adanya loyalitas konsumen. Sehingga diperlukan berbagai macam cara untuk menarik minat konsumen dan membangun loyalitas konsumen.

b. Nama usaha yang belum diketahui dan dikenal orang

Cafe Hangate merupakan cafe yang baru akan berdiri pertama kali di Bandarlampung sehingga belum ada yang mengenal nama cafe ini. Untuk itu diperlukannya berbagai macam promosi melalui media elektronik, majalah, koran, maupun melalui semua media sosial dan internet untuk memperkenalkan adanya cafe unik wedang jahe yang belum pernah ada sebelumnya.

c. Menu makanan yang terbatas

Menu di cafe Hangate masih sangat terbatas, karena cafe akan berfokus pada produk minuman berbahan baku jahe namun dengan berbagai campuran rasa. Selain itu, cafe Hangate baru menyediakan makanan-makanan ringan, belum ada makanan berat.

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)
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.

3. Opportunities (peluang)

a. Belum adanya cafe sejenis Hangate membuat para konsumen penasaran untuk mencoba

Dengan hadirnya jenis cafe Hangate yang belum pernah ada sebelumnya dari produk-produk yang ditawarkan hingga tema lokasi yang belum pernah ada membuat para konsumen penasaran untuk mencoba datang ke cafe Hangate.

b. Membuat *franchise* atau waralaba untuk mengembangkan cafe Hangate secara cepat

Belum adanya jenis bisnis sejenis sebelumnya menjadi suatu peluang yang baik untuk menjadikannya waralaba untuk mengembangkan sayap dan memperkenalkannya dengan cepat, efektif, dan hemat biaya karena seluruh keperluan biaya ditanggung oleh pembeli waralaba.

c. Pertumbuhan penduduk dan ekonomi masyarakat lampung yang terus meningkat

Semakin banyaknya penduduk yang terus meningkat dengan kemampuan ekonomi yang meningkat juga akan meningkatkan daya pembelian masyarakat, di lain hal belum adanya pesaing sejenis cafe Hangate akan menjadikan peluang yang sangat baik untuk cepat menjadikan menjadi besar dan populer.

d. Perkembangan teknologi internet dan meningkatnya penggunaan internet secara pesat

Penggunaan teknologi internet yang terus meningkat menjadi keuntungan dan peluang besar untuk cepat memperkenalkan bisnis cafe Hangate ke publik dengan berbagai macam penawaran yang akan menarik setiap konsumen yang melihatnya, disisi lain pemasaran dan promosi melalui internet tidak terbatas ruang dan waktu, dimana sekali kita beriklan atau berpromosi semua yang kita lakukan akan tersampaikan keseluruh orang yang kita targetkan di dunia dalam waktu yang sangat singkat.

4. Threat (ancaman)

a. Bisnis yang mudah ditiru dengan modal terjangkau

Meskipun belum pernah ada sebelumnya, namun konsep bisnis cafe Hangate tetap mudah ditiru oleh ancaman pesaing baru yang ingin memasuki bisnis sejenis karena untuk membuka bisnis ini pun modalnya tidak terlalu besar. Untuk itu, dibutuhkan suatu pergantian konsep secara berkala dan juga menjaga serta terus meningkatkan kualitas produk untuk siap menghadapi ancaman peniruan produk sejenis.

b. Mudah berubahnya selera konsumen untuk berpindah-pindah cafe

Cepatnya kreatifitas dan inovasi kuliner yang terus berkembang dan meningkat, membuat konsumen mudah untuk bosan dan berpindah-pindah lokasi nongkrong pada cafe lain apabila sudah tidak ada yang menarik di cafe tersebut. Untuk itu, dibutuhkan selalu kreatifitas produk cafe Hangate untuk terus meningkatkan ketertarikan dan manfaat dalam mengkonsumsi

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-produk Hangate serta pelayanan yang terus ditingkatkan untuk dapat menjaga loyalitas pelanggan agar tidak berpindah pada cafe lainnya.

c. Kompetitor yang lebih lama dan berpengalaman mengetahui kondisi pasar

Pesaing yang sudah lama dan lebih dulu membuka cafe pastinya sudah lebih berpengalaman dalam melihat pasar yang ada, dan dengan adanya cafe Hangate tentunya akan menjadi ancaman bagi mereka, sehingga dapat saja mereka menyerang lebih dulu untuk menciptakan produk sejenis untuk para pelanggannya. Untuk itu, cafe Hangate harus sudah menyiapkan strategi dalam menghadapi setiap kompetitor lama yang ada.

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.

Tabel 2.2

Tabel Analisis SWOT

Keterangan	Opportunities	Threats
	1. Belum adanya cafe sejenis Hangate membuat para konsumen penasaran untuk mencoba 2. Membuat *franchise* atau waralaba untuk mengembangkan cafe Hangate secara cepat 3. Pertumbuhan penduduk dan ekonomi masyarakat lampung yang terus meningkat 4. Perkembangan teknologi internet dan meningkatnya penggunaan internet secara pesat	1. Bisnis yang mudah ditiru dengan modal terjangkau 2. Mudah berubahnya selera konsumen untuk berpindah-pindah cafe 3. Kompetitor yang lebih lama dan berpengalaman mengetahui kondisi pasar

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.

Strengths	S-O	S-T
1. Menu produk bersifat *spesifik* atau khusus, berbeda dan belum ada sebelumnya, serta merupakan solusi kesehatan 2. Tempat yang nyaman dan menyenangkan 3. Free wi-fi 4. Menyediakan permainan game ataupun majalah	1. Memberikan gebrakan yang tinggi dengan produk Hangate yang spesifik untuk mendapatkan feedback positif pada pelanggan baru (S1, O1) 2. Memberikan kemudahan wifi berkecepatan tinggi akan menjadi keunggulan untuk menarik pasar karena meningkat pesatnya kebutuhan dalam menggunakan internet untuk kebutuhan nongkrong dan bekerja kelompok (S3, O4)	1. Berfokus dan terus berinovasi pada produk khusus jahe sehingga produk-produk tidak akan mudah ditiru dan terus menjadi unggul (S1, T1) 2. Memberikan hiburan dan permainan yang menyenangkan sehingga konsumen akan puas dan senang, serta tidak akan tertarik dengan selera produk lainnya (S4, T2)

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

Weaknesses	W-O	W-T
1. Belum adanya loyalitas konsumen 2. Nama usaha yang belum diketahui dan dikenal orang 3. Menu makanan yang terbatas	1. Mempromosikan secara konsisten merek Hangate dengan memanfaatkan berbagai macam iklan dan media sosial yang ada agar dapat dikenal setiap orang (W2, S4) 2. Membuat dan menjual waralaba bisnis cafe Hangate untuk mengembangkannya secara efisien dan efektif dalam mendapatkan popularitas dan loyalitas setiap konsumen yang ada (W1, O2)	1. Melakukan perbedaan khusus pada manfaat penggunaan produk untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan meminimalkan peniruan (W1, T1) 2. Terus lakukan inovasi produk untuk menghindari kebosanan pada menu produk yang terbatas dan dapat selalu memenuhi selera konsumen agar tidak berpindah tempat (W3, T2)

Sumber : COMPETITIVE PROFILE MATRIX

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

C. Segmentasi Pasar

Segmentasi menurut Kotler dan Armstrong (2012:215) segmentasi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membagi pasar ke dalam grup yang lebih kecil dengan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku yang berbeda yang mungkin memerlukan strategi pemasaran dan bauran pemasaran yang terpisah.

Dalam menetapkan segmen yang akan digarap, sebuah usaha tentu perlu menerapkan strategi segmentasi. Tentu penerapan segmentasi untuk pasar konsumen dan pasar bisnis terdapat perbedaan yang cukup jelas. Walaupun terdapat beberapa variabel penentu segmen yang sama yaitu geografi, manfaat yang dicari, dan tingkat penggunaan, tetapi perlu variabel lain yang mendukung rencana segmentasi pasar bisnis. Beberapa variabel penentu segmentasi dalam pasar bisnis dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi ini membagi pasar menjadi beberapa unit secara geografis seperti negara, regional, negara bagian, kota, dan lingkungan sekitar.

2. Segnentasi Demografis

Segmentasi ini membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan pada variabel seperti:

a. Umur dan tahap siklus hidup yang merupakan perubahan keinginan dan kemampuan konsumen sesuai dengan usia dan siklus hidupnya.
b. Tahap kehidupan yang didefinisikan sebagai perhatian utama seseorang (perceraian, penikahan kedua, merawat orang tua, dan lain-lain).

c. Jenis kelamin adalah dimana Pria dan wanita mempunyai sikap dan perilaku yang berbeda, sebagian berdasarkan susunan genetik dan sebagian karena sosialisasi.

d. Pendapatan yang merupakan praktik lama dalam kategori seperti otomotif, pakaian, kosmetik, layanan keuangan, dan perjalanan.

e. Generasi dimana sangat dipengaruhi oleh saat-saat pertumbuhan musik, film, politik, dan lain-lain.

f. Kelas sosial yang berpengaruh kuat terhadap prefensi mobil, pakaian, perlengkapan rumah, dan lain sebagainya.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis membagi pembeli berdasarkan pada nilai, gaya hidup dan kepribadian.

4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi ini mengelompokkan pembeli berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan, atau respon mereka terhadap suatu produk.

Segmentasi pasar yang dilakukan cafe Hangate adalah segmentasi berdasarkan variabel geografis, variabel pendapatan, variabel psikografis, juga variabel perilaku. Berdasarkan segmentasi geografis, cafe Hangate pada awal-awal akan memfokuskan bisnis pada wilayah kota-kota besar atau ibukota provinsi dengan target pasar utama cafe Hangate pada saat ini adalah kota Bandarlampung. Berdasarkan variabel pendapatan, cafe Hangate memiliki target pasar yaitu golongan menengah keatas karena produk berkualitas tinggi dan fasilitas yang cukup ekslusif. Selanjutnya, untuk variabel psikografis cafe Hangate akan mensegmen setiap orang yang mempunyai

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

gaya hidup suka menongkrong dan bermitra bisnis sambil bersantai. Kemudian untuk variabel perilaku cafe Hangate akan mensegmen setiap orang yang mempunyai perilaku peduli terhadap hidup sehat karena semua produk-produk Hangate mempunyai manfaat kesehatan yang sangat baik.

D. Ramalan Industri dan Pasar

Tabel 2.3
Jumlah Penduduk Provinsi Lampung Menurut Kabupaten/Kota,Jenis Kelamin,dan rasio jenis kelamin 2014

Kabupaten / Kota	Penduduk/ *Population*			Rasio Jenis/Kelamin
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
01. Lampung Barat	154 414	135 974	290 388	113,56
02. Tanggamus	295 869	271 303	567 172	109,05
03. Lampung Selatan	494 080	467 817	961 897	105,61
04. Lampung Timur	511 079	487 641	998 720	104,81
05. Lampung Tengah	625 215	601 970	1227 185	103,86
06. Lampung Utara	306 501	296 226	602 727	103,47
07. Way Kanan	220 719	207 378	428 097	106,43
08. Tulang Bawang	219 504	204 206	423 710	107,49
09. Pesawaran	217 184	204 313	421 497	106,30
10. Pringsewu	196 408	186 693	383 101	105,20
11. Mesuji	101 705	92 577	194 282	109,86
12. Tulang Bawang Barat	134 611	127 705	262 316	105,41
13. Pesisir Barat	77 897	70 515	148 412	110,47
71. Bandar Lampung	484 215	476 480	960 695	101,62
72. Metro	78 078	77 914	155 992	100,21
Lampung	4 117 479	3 908 712	8 026 191	105,34

Sumber: https://lampung.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/12

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

Berdasarkan informasi yang didapat dari internet mengenai jumlah penduduk di provinsi Lampung pada tabel 2.3 diatas, didapat bahwa jumlah penduduk wilayah provinsi Lampung pada tahun terakhir sensus 2014 adalah sekitar 8.026.191 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa Lampung memiliki potensi yang cukup besar untuk membuka usaha. Potensi pasar ini juga terbilang baik untuk cafe Hangate karena dengan penduduk sebanyak itu, semua aktivitas perkuliahan, perbelanjaan, kuliner, maupun berlibur hampir sebagian besar terpusat pada kota Bandar Lampung. Seluruh hal tersebut menjadi pendorong yang kuat bahwa usaha cafe Hangate memiliki prospek dan pasar yang baik.

Saat ini industri kuliner di Bandar Lampung sedang mengalami perkembangan yang sangat cepat dan peningkatan yang cukup tinggi. Namun untuk cafe dengan konsep garden yang unik, dengan menawarkan tempat untuk nongkrong dan bersantai disertai berbagai hiburan yang menyenangkan, serta dengan penyajian menu yang spesifik belum pernah ada sebelumnya. Dengan demikian, diharapkan cafe Hangate dapat berjalan dengan sukses dan menguasai industri cafe nongkrong di Bandar Lampung.

Berdasarkan bauran pemasaran (7P) yaitu *product, place, promotion, price, people, process, dan physical evidence*. Maka cafe Hangate diharapkan memberikan produk dengan kualitas yang memuaskan, tempat yang nyaman dan menyenangkan, promosi yang kreatif dan menarik pelanggan, dan harga yang sebanding dengan kepuasan pelanggan. Selanjutnya untuk *people, process, dan physical evidence* yang diterapkan pada cafe Hangate yaitu standar pelayanan yang tinggi untuk karyawan agar dapat memuaskan setiap pelayanannya kepada konsumen.

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

Untuk hal tersebut, karyawan harus cepat, tepat, cekatan, dan ramah dalam melayani konsumen dari awal pemesanan hingga konsumen pulang, sehingga dengan kepuasan konsumen hal ini akan menjadi keunggulan kompetitif cafe Hangate.

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.