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

BAB II

ANALISIS INDUSTRI

A. Gambaran Masa Depan

Untuk mengetahui gambaran masa depan perusahaan diperlukan analisa industri agar perusahaan mengetahui bagaimana prospek bisnis kedepannya. Dengan adanya gambaran masa depan, Poke-Café akan memperhatikan kecenderungan yang paling mempengaruhi bisnis ini. Tentu saja diperlukan pula ide kreatif dan inovatif dari seorang *entrepreneur* untuk mempersiapkannya dengan sebaik mungkin.

Di dalam sebuah bisnis, diperlukan suatu perencanaan bisnis dan gambaran masa depan yang jelas dan strategis mengenai bisnis yang akan didirikan dan dikembangkan. Hal ini dilakukan agar para calon investor dapat mengetahui bagaimana bisnis tersebut dijalankan, cakupan bisnisnya serta bagaimana prospek bisnis tersebut kedepannya.

Dalam konteks industri, istilah jasa digunakan untuk menggambarkan berbagai sub – sector dalam kategorisasi aktivitas ekonomi. Dalam lingkup penawaran, jasa dipandang sebagai produk intangible yang outputnya lebih berupa aktivitas ketimbang obyek fisik, meskipun dalam kenyataannya banyak pula jasa yang melibatkan produk fisik, seperti dalam bidang kuliner. Sebagai proses jasa mencerminkan penyampaian jasa inti, interaksi personal, kinerja (performances) dalam arti luas serta pengalaman layanan.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

B. Analisis Pesaing

Analisis pesaing menurut Kotler dan Armstrong (2012:552), "Proses mengenali dan menilai pesaing utama, menilai tujuan, strategi, kekuatan, dan kelemahan mereka, serta pola reaksinya, dan memilih pesaing mana yang akan diserang atau dihindari."

Analisis pesaing juga merupakan suatu proses memahami strategi-strategi yang dihadapi oleh perusahaan dengan cara memetakan ide-ide yang tersembunyi dimasa yang akan datang dan berusaha memahami perilaku pesaing masa yang akan datang. Analisis pesaing sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengetahui bagaimana pesaing merencanakan strategi pemasarannya dan apakah kelebihan serta kekurangannya agar dapat bersaing secara efektif. Membandingkan produk, harga, saluran distribusi, dan promosi pesaing sangat dibutuhkan dalam menganalisis.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:552-559), langkah-langkah dalam menganalisis para pesaing yaitu:

1. Mengenali pesaing perusahaan
2. Memastikan tujuan pesaing
3. Mengenali strategi pesaing
4. Menilai kekuataan dan kelemahan pesaing
5. Memperkirakan reaksi pesaing
6. Memilih pesaing untuk diserang atau dihindari

© 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.

Berikut adalah analisis pesaing yang dihadapi oleh Poke-Cafe berdasarkan langkah-langkah diatas:

1. Mengenali pesaing perusahaan

   Poke-Cafe berlokasi di daerah yang tergolong daerah penuh dengan bisnis-bisnis kuliner lainnya dengen target yang sama, yaitu golongan menengah keatas. Pesaing langsung dari Poke-Cafe adalah North Pole Cafe dan Kitty's Corner Cafe.

2. Memastikan tujuan pesaing

   Ditinjau dari segi daerah pemasaran dari persaing adalah wilayah Jakarta khususnya wilayah dengan perumahan penduduk menengah keatas. Target konsumen yang dipilih adalah semua usia yang tertarik dengan kue, minuman, bermain atau tertarik dengan pokemon, dan tempat untuk nongkrong.

3. Mengenali inovasi pesaing

   Dengan mengenali inovasi dari pesaing maka perusahaan dapat mempelajari dan dapat melakukan inovasi serupa bahkan melakukan inovasi yang lebih baik dari pesaing. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat terus konsisten dalam bersaing dengan para pesaingnya. Cara-cara untuk mengenali inovasi pesaing adalah:

   a. Mempelajari produk dan *service* yang ditawarkan pesaing melalui jenis produk yang ditawarkan, jenis pelayanan maupun kualitas dari jasa yang ditawarkannya

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

b. Mempelajari promosi yang dilakukan pesaing baik itu melalui media massa maupun media elektronik, diskon yang ditawarkan dan promosi-promosi lainnya.

c. Mempelajari inovasi yang telah di lakukan oleh pesaing baik berupa varian produk, jasa maupun inovasi produk

4. Memperkirakan reaksi pesaing

Memperkirakan reaksi pesaing adalah memperkirakan apakah perusahaan pesaing merespon strategi yang dilakukan oleh Poke-Cafe yaitu membuat strategi-strategi untuk melebihi pesaingnya yang melakukan *sales promotion* maka perusahaan tersebut membuat program-program yang lebih menarik agar memperoleh *customer* yang baru maupun mempertahankan *customer* yang sudah ada.

5. Memilih pesaing untuk diserang atau dihindari

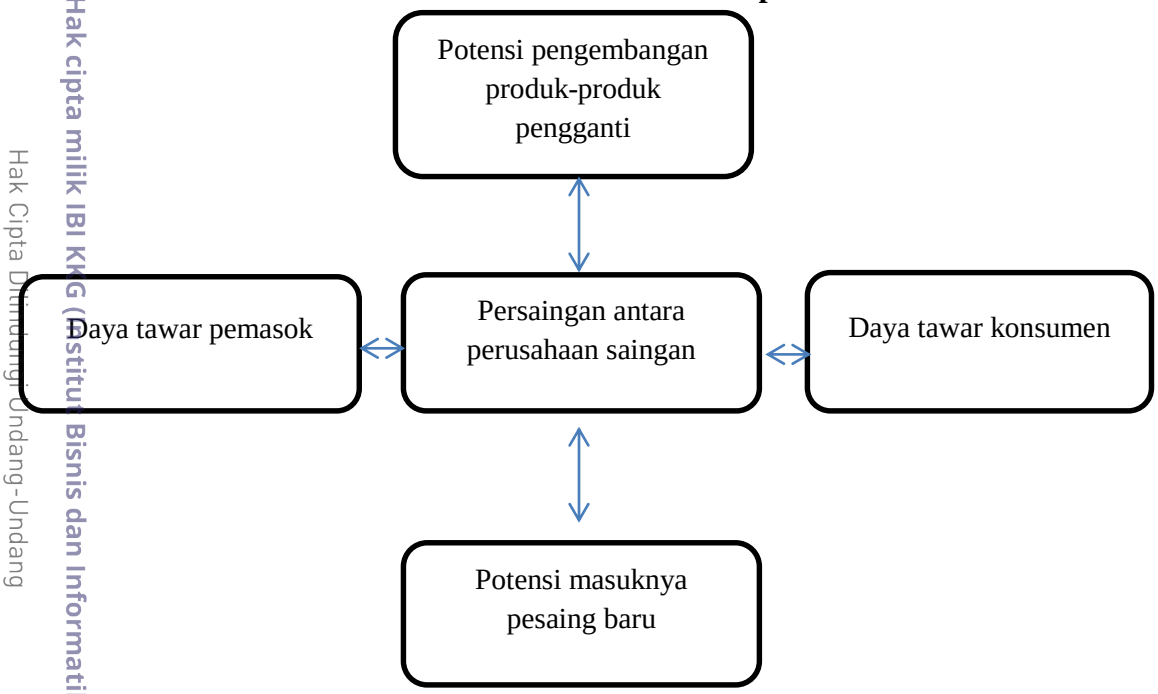
Dilihat berdasarkan kekuatan dan kelemahan dari pesaing yang dihadapi oleh Poke-Café maka perusahaan memilih untuk diserang karena North Pole Cafe dan Kitty's Corner Cafe memiliki segmen, target pasar dan *positioning* yang hampir sama yaitu pada segmen menengah atas, target pasarnya remaja dan keluarga serta *positioning*-nya adalah menjadi cafe dengan harga yang terjangkau

Menurut Porter dalam buku Fred R. David (2010:146), hakikat persaingan di suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan. Lima kekuatan tersebut adalah: persaingan antar perusahaan saingan, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan produk-produk pengganti, daya tawar pemasok dan daya tawar konsumen.

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

Gambar 2.1

Model Lima Kekuatan dari Kompetisi



Sumber: Fred R. David. Manajemen Strategis Konsep. Salemba 4. Buku 1. Edisi 12

Analisis 5 kekuatan Porter:

1. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Munculnya pendatang baru di bisnis makanan dapat saja membuat loyalitas konsumen menurun, dan konsumen pun tentunya bisa saja berpindah ke pendatang baru tersebut apabila mereka merasa rumah makan pesaing lebih baik dari segi harga, kenyamanan, fasilitas dan kualitas makanan dibandingkan Poke-Cafe. Tidak dapat dipungkiri pesaing baru memiliki kelemahan yaitu, pesaing memiliki pengalaman yang minim tetapi tidak menutup kemungkinan pesaing memiliki modal yang lebih besar daripada usaha penulis. Maka dari itu penulis memikirkan pentingnya untuk merubah strategi dengan memberikan nilai tambah kepada produk dan pelayanan agar konsumen tidak menurunkan loyalitasnya. Seperti

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

meningkatkan kualitas makanan, minuman, dan pelayanan, menambah variasi menu makanan dan minuman, memperbesar lahan, melakukan dekorasi dan mengadakan berbagai promo untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

2. Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok merupakan salah satu kunci kekuatan dalam lima kekuatan Porter. Bahan utama yang digunakan Poke-Cafe adalah bahan-bahan makanan pokok sehari-hari. Apabila harga naik maka akan berdampak kepada harga jual makanan dan minuman di Poke-Cafe, makan dengan begitu penulis harus memiliki hubungan baik dengan pemasok agar mereka dapat memberikan harga yang stabil dalam jangka waktu yang panjang. Dengan menawarkan kerjasama membeli dalam jumlah banyak secara rutin dengan demikian ketersediaan bahan baku dapat terjamin dan stabilitas harga terjaga.

3. Daya Tawar Konsumen

Daya tawar konsumen juga menunjang kelangsungan bisnis Poke-Cafe, karena harga jual Poke-Cafe termasuk terjangkau tentunya pembeli tidak akan bermasalah dengan harga yang ditawarkan dan kemampuan membeli mereka tentunya cukup untuk membeli makanan dan minuman pada Poke-Cafe, hal ini dapat dilihat dari UMR kota Jakarta yang sudah diatas dua juta rupiah.

4. Potensi Pengembangan Produk Pengganti

Ancaman produk pengganti juga menjadi kendala karena maskot dari Poke-Cafe yaitu Pikachu dapat digantikan dengan Hello Kitty, dan kartun lainnya, tapi karena keunikan Poke-Cafe yang menjual menu utama rata-rata berbentuk Pokemon sebagai tema utama ini terbilang sangat populer dibanding tema lainnya, tentunya ancaman dari produk subtitusi tidak terlalu berpengaruh kepada Poke-Cafe.

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 IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

5. Pesaing Antara Perusahaan Saingan

Persaingan dalam bidang usaha makanan atau kuliner tentu sangatlah tinggi mengingat Jakarta merupakan salah satu kota yang memiliki ragam kuliner dan banyak sekali yang menjual makanan baik dari makanan tradisional sampai makanan *modern*, untuk itu Poke-Cafe membuat konsep Cafe yang unik agar dapat bersaing dengan bisnis makanan lainnya yang berada di lokasi yang sama ataupun berdekatan dengan Poke-Cafe.

Fred R. David (2010:124) menjabarkan tentang kekuatan eksternal yang mempengaruhi usaha yang akan kita jalankan. Beberapa faktor eksternal yang mempengaruhi Poke-Cafe adalah:

1. Kekuatan Ekonomi

Keadaan perekonomian yang tidak pasti di negara berkembang seperti Indonesia membuat mata pencaharian masyarakat menjadi tidak stabil sehingga memaksa masyarakat untuk lebih kreatif lagi dalam membuka lapangan usaha atau membuka usaha sendiri untuk melangsungkan hidupnya dan menekan angka pengangguran yang semakin meningkat setiap tahunnya. Sebagai negara berkembang Indonesia merupakan negara yang perekonomiannya sedang bertumbuh yang ditandai dengan maraknya muncul industri industri baru di Indonesia yang tentunya akan menyerap banyak tenaga kerja. Semakin konsumtifnya masyarakat Indonesia dan semakin banyaknya tempat makan di Jakarta menyebabkan gaya hidup masyarakat Jakarta mengalami perubahan. Faktor-faktor tersebut membuat peluang bisnis dibidang kuliner memiliki peluang yang baik karena semakin konsumtifnya konsumen maka penjualan produk Poke-Cafe juga dapat diperkirakan akan mencapai hasil yang banyak dan didukung dengan harga makanan dan minuman Poke-Cafe yang relatif terjangkau.

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.

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

2. Kekuatan Sosial dan Budaya

Masyarakat Indonesia dikenal sebagai masyarakat yang sangat suka bersosialisasi, seperti berkumpul di cafe maupun rumah makan cepat saji. Oleh karena itu, bisnis Poke-Cafe sangat didukung dengan budaya masyarakat Indonesia yang suka berkumpul dimana Poke-Cafe menyediakan tempat yang sangat cocok sebagai tempat untuk berkumpul bagi kalangan remaja, eksekutif sampai dengan kalangan orang tua.

3. Demografi

Letak Poke-Cafe yang berada di Jl.Marina Indah, Penjaringan, PIK, Jakarta Utara posisinya cukup strategis karena berada di area penjualan berbagai makanan dan minuman, perumahan, kawasan kuliner, dan dekat dengan jalan raya dimana hal ini dapat memudahkan pengunjung untuk datang serta memberikan dampak yang positif bagi kelangsungan Poke-Cafe.

4. Teknologi

Perkembangan industri pengolahan makanan tidak terlepas dari faktor teknologi. Perkembangan teknologi yang sangat cepat dapat memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha dalam upaya mengembangkan bisnisnya. Perkembangan teknologi juga memberikan peluang besar bagi Poke-Cafe untuk memajukan usahanya dengan cepat. Melihat target pasar Poke-Cafe mayoritas pengguna teknologi maka penulis memanfaatkan kesempatan ini dengan mengadakan promosi melalui media sosial seperti: Facebook, Twitter, dan Instagram. Melalui media sosial, penulis dapat lebih mudah untuk menyebarkan sekaligus mempromosikan produk-produk yang ditawarkan kepada konsumen. Poke-Cafe juga menggunakan teknologi seperti mesin-mesin dan peralatan yang

digunakan selama proses produksi. Penggunaan mesin-mesin ini dimaksudkan untuk memberi kemudahan selama melakukan proses produksi. Mesin-mesin dan peralatan yang digunakan seperti *blender*, kulkas, *juicer*, *freezer*, dan peralatan lainnya. Selain itu, fungsi keamanan juga turut ditunjang dengan teknologi berupa CCTV yang dipasang di dalam maupun luar toko.

5. Politik

Arah dan stabilitas politik merupakan pertimbangan utama dalam merumuskan sebuah strategi dalam sebuah perusahaan. Politik dan hukum berhubungan langsung dengan keamanan dan stabilitas pemerintahan suatu negara. Kestabilan pemerintah merupakan faktor yang berpengaruh, karena kestabilan pemerintah dapat berpengaruh dalam hal ekonomi, politik, maupun hal lain yang dapet berpengaruh terhadap usaha Poke-Cafe. Poke-Cafe memberikan gaji kepada pekerja sesuai dengan Upah Minimum Regional (UMR) kota Jakarta tahun 2016 yaitu sebesar Rp 3.100.000. Kebijakan pemerintah dalam menentukan upah, misalnya dalam menentukan UMR. Tinggi rendahnya upah otomatis dapat mempengaruhi pembelian atau permintaan konsumen, begitu pula dengan permintaan terhadap Poke-Cafe. Maka itu kebijakan pemerintah dalam menentukan UMR berpengaruh bagi kelangsungan Poke-Cafe.

Poke-Cafe melakukan analisis pesaing dengan cara memberikan penilaian terhadap usaha sejenis yang berada di daerah sekitar tempat usaha, dan mencari informasi sebanyak-banyaknya tentang tingkat kepuasan konsumen dari perusahaan sejenis lainnya. Berikut merupakan beberapa contoh Poke-Cafe dalam melakukan analisis pesaing:

1. Mengunjungi secara personal kafe yang merupakan pesaing dari Poke-Cafe di daerah Pantai Indah Kapuk, untuk mengetahui:

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

a. Layanan

b. Fasilitas

c. Tarif

d. Kenyamanan

Berikut ini adalah pesaing dari Poke-Cafe:

a. North Pole Cafe berlokasi di Kamal Muara, Penjaringan, Pantai Indah Kapuk, Kota Jakarta Utara

b. Kitty's Corner Cafe berlokasi di Metro Broadway Blok A No. 6, Jalan Pantai Indah Utara II, Penjaringan, Kota Jakarta Utara

2. Mencari informasi melalui *internet* mengenai perusahaan pesaing. Dari *internet* dapat dilihat fasilitas apa yang mereka miliki dan promosi apa yang sedang mereka laksanakan.
3. Melakukan perbandingan dengan pesaing untuk melihat pengaruh dari pesaing.
4. Berinteraksi dengan karyawan yang bekerja di kafe pesaing dan memberikan pertanyaan-pertanyaan mengenai informasi yang dapat berguna bagi perusahaan.
5. Menanyakan pertanyaan kepada konsumen kafe yang sudah pernah mengunjungi kafe milik pesaing untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing di mata konsumen.

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 2.1

Kekuatan dan Kelemahan North Pole Cafe

Variabel	Kekuatan	Kelemahan
Pelayanan	Ramah terhadap pelanggan	Kekurangan jumlah karyawan dalam melayani pelanggan
Kenyamanan	Desain interiornya modern minimalis sehingga pelanggan merasa nyaman	Kurangnya pencahayaan
Fasilitas	Menyediakan *area smoking*	Kurangnya lahan parkir yang tersedia
Lahan		Kurang besar

Sumber: hasil survey penulis

Tabel 2.2

Kekuatan dan Kelemahan Kitty's Corner Cafe

Variabel	Kekuatan	Kelemahan
Pelayanan	Ramah terhadap pelanggan	Beberapa pelayan yang kurang cekatan
Kenyamanan	Desain interiornya bagus sehingga pelanggan dapat merasa nyaman	Kebersihan *toilet* kurang terjaga
Fasilitas	Di lantai satu menjual barang-barang *Hello Kitty*	Kurangnya lahan parkir yang tersedia
Lahan		Kurang besar

Sumber: hasil survey penulis

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 2.3

Perbandingan Pesaing

Variabel	Poke-Cafe	North Pole Cafe	Kitty's Corner Cafe
Harga Makanan	Rp 30.000 – Rp 55.000	Rp 30.000 – Rp 60.000	Rp 15.000 – Rp 55.000
Harga Minuman	Rp 10.000 – Rp 30.000	Rp 15.000 – Rp 40.000	Rp 9.000 – Rp 33.000
Lokasi	Strategis	Strategis	Kurang Strategis
Tenaga Kerja	Berpengalaman	Berpengalaman	Berpengalaman
Segmentasi Harga	Menengah ke atas (Relatif murah)	Menengah ke atas (Relatif mahal)	Menengah ke atas (Kompetitif)
Fasilitas	AC, TV, Wi-Fi, dan *smoking room*, dekorasi	AC, *Full music*, *smoking room*	AC dan Wi-Fi.
Kenyamanan	Baik	Baik	Baik
Lahan	Sedang	Kecil	Sedang
Waktu Operasional	Senin – Minggu 11.00 – 22.00	Senin – Minggu 12.00 – 22.30	Senin – Minggu 10.00 – 20.00

Sumber: hasil survey penulis

Dari hasil analisis di atas diharapkan penulis dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan bisnisnya sendiri maupun kelebihan dan kekurangan pesaing sehingga penulis dapat memperbaiki kekurangan dan meningkatkan kualitas produk dan jasa yang mengikuti perkembangan zaman agar dapat menjadi lebih baik lagi.

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

1. Analisis *Competitive Profile Matrix*

Menurut Fred R. David (2013:113), Matriks Profil Kompetitif (*Competitive Profile Matrix*) adalah mengidentifikasikan pesaing-pesaing utama dalam suatu perusahaan serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan sampel. Berikut merupakan analisis CPM yang dimiliki Poke-Cafe.

Tabel 2.4
Poke-Cafe
Tabel Competitive Profile Matrix (CPM)

Faktor Keberhasilan Kunci	Bobot	Poke-Cafe		North Pole Cafe		Kitty's Corner Cafe	
		Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot	Rating	Skor Bobot
Kualitas Produk	0,16	4	0,64	3	0,48	3	0,48
Daya Saing Harga	0,16	4	0,64	3	0,48	3	0,48
Kualitas Sumber Daya Manusia	0,14	4	0,56	3	0,42	3	0,42
Fasilitas	0,12	4	0,48	3	0,36	3	0,36
Lokasi	0,13	4	0,52	3	0,39	2	0,36
Loyalitas Pelanggan	0,16	2	0,32	3	0,48	3	0,48
Variasi menu	0,13	2	0,26	3	0,39	3	0,39
Total	**1,00**		**3,42**		**3,00**		**2,97**

2. Analisis SWOT dan Matriks SWOT

Menurut Ferrel dan Harline (2005), fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Berikut ini adalah analisis SWOT dari Poke-Café :

1. *Strengths* (Kekuatan)
   a. Daya saing harga.
   b. Produk yang dihasilkan merupakan makanan dengan mutu dan kualitas terbaik.
   c. Lokasi Poke-Café yang strategis dan mudah untuk dicari melalui *gps* atau Waze memudahkan untuk dijangkau oleh pelanggan
   d. Sistem pelayanan Poke-Cafe
   e. Fasilitas yang tersedia.
   f. Lahan parkir yang tersedia luas, bisa memuat mobil dan motor.
2. *Weaknesses* (Kelemahan)
   a. Belum begitu dikenal masyarakat karena masih baru.
   b. Belum mempunyai pengalaman dalam berbisnis Cafe.
   c. Loyalitas pelanggan.
3. *Opportunities* (Peluang)
   a. Kegemaran masyarakat akan hidangan – hidangan yang berbentuk unik dan lucu.
   b. Banyaknya masyarakat di kota –kota besar seperti Jakarta yang suka menghabiskan waktu di Café dibandingkan di rumah mereka
   c. Industri kuliner yang terus bertumbuh setiap tahunnya
   d. Pada jaman modern sekarang perkembangan teknologi semakin pesat, contohnya Internet. Dengan internet kita dapat mempromosikan produk kita dengan cepat, dan dapat dengan mudah diakses oleh siapapun pengguna internet. Oleh karena itu,

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.

Poke-Cafe melakukan promosi melalui media sosial dan memasang Wi-Fi di Poke-Cafe.

e. Sepanjang tahun 2016, pertumbuhan nilai industri makanan dan minuman lebih stabil karena didorong oleh volume penjualan. Investasi di bidang ini pun diharapkan melewati Rp 50 triliun atau meningkat 16 persen dari tahun 2015 sebesar Rp 43 triliun sehingga membuka peluang besar bagi industri bahan baku makanan dan minuman.

4. *Threats* (Ancaman)

a. Munculnya kafe baru yang menjual hidangan sejenis. Di masa yang akan datang bukanlah hal yang tidak mungkin para pesaing akan berdatangan menjual hidangan sejenis dengan konsep serupa.

b. Pesaing lama yang telah mempunyai nama sebelumnya sehingga lebih dahulu mempunyai konsumen dan telah mengambil pangsa pasar dalam industri.

c. Pemikiran masyarakat bahwa hidangan penutup dapat membuat gemuk. Meskipun dessert digemari oleh setiap kalangan, namun banyak juga konsumen yang ragu-ragu untuk mengkonsumsi hidangan penutup dikarenakan takut membuat gemuk.

Setelah melakukan analisis SWOT, perusahaan dapat mencermati strategi-strategi apa saja yang memungkinkan untuk dipersiapkan guna menghadapi persaingan industri sesuai dengan analisis dari sisi kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki.

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.

Menurut Fred R. David (2010:127) Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembang empat jenis strategi: Strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), dan strategi WT (kelemahan-ancaman). Matriks SWOT dikembangkan setelah menyelesaikan analisis SWOT.

Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemah internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

Strategi ST memiliki tujuan untuk membantu perusahaan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal yang ada. Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

Strategi WT adalah taktik perusahaan untuk bertahan yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal yang ada. Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindar ancaman

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

TABEL 2.5
Matriks SWOT Poke-Café

	Strenghts – S	**Weakness – W**
	1. Daya saing harga 2. Sistem pelayanan Poke-Cafe 3. Kualitas produk terbaik dari bahan yang higienis dan sehat 4. Lokasi yang strategis di jalan utama dan ramai dilewati kendaraan dan pejalan kaki 5. Fasilitas yang tersedia seperti Wi-Fi, TV, dan *smoking room*. 6. Ketersediaan lahan parkir yang luas untuk mobil dan motor.	1. Loyalitas pelanggan 2. Belum begitu dikenal masyarakat 3. Belum mempunyai pengalaman dalam berbisnis cafe.
Opportunities – O 1. Teknologi yang berkembang memudahkan dalam melakukan promosi melalui internet dan media sosial 2. Kegemaran masyarakat terhadap makanan yang berbentuk lucu dan unik 3. Industri yang terus bertumbuh setiap tahunnya 4. Gaya hidup masyarakat menjadikan kafe sebagai tempat berkumpul 5. Bertumbuhnya ekonomi di Indonesia membuat masyarakat semakin konsumtif.	**SO Strategies** 1. Mengadakan diskon promosi media sosial (S1,S3,O4) 2. Mendaftarkan usaha ini di dalam applikasi Zomato, sehingga konsumen dengan mudah bisa melihat lokasi, fasilitas, dan daftar menu (S4,S5,S6,O1,O2,O4) 3. Menciptakan hidangan yang sehat,memiliki bentuk lucu, dengan harga yang kompetitif (S1,S2,O2) 4. Menciptakan suasana nyaman dan menyenangkan bagi pengunjung (S5,O4) 5. Bekerja sama dengan pemasok agar mendapatkan harga yang terjangkau (S3,O3)	**WO Strategies** 1. Melakukan promo dengan menggunakan media sosial seperti Instagram (W2,O1,O4) 2. Merekrut tenaga ahli melalui sistem seleksi dan wawancara, agar tercipta performa cafe yang maksimal dan tidak kalah dari pesaing. (W3, O3) 3. Membuat prosedur pelayanan yang baik (W1,O4,O5)
Threat – T 1. Munculnya pesaing baru dengan hidangan sejenis 2. Pesaing lama dengan positioning yang kuat 3. Pemikiran masyarakat bahwa dessert dapat membuat gemuk	**ST Strategies** 1. Menggunakan bahan-bahan Low-Fat sehingga konsumen tidak perlu khawatir gemuk (S3, T3) 2. Menetapkan prosedur pelayanan yang mengharuskan pelayan tersenyum dan ramah dalam melayani (S2,T1)	**WT Strategies** 1. Melakukan evaluasi karyawan di pagi hari setiap hari Senin untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja (W1, T2) 2. Owner bertanya dan menerima masukan dari teman dan saudara yang sudah terlebih dahulu membangun usaha Cafe (W3, T2) 3. Memantau review dan komentar dari pelanggan di Zomato agar dapat terus memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan (W3,T2)

© 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.

Sumber: Data Olahan

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

C. Segmentasi Pasar

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214), “Segmentasi pasar adalah membagi sebuah pasar kedalam kelompok-kelompok pembeli yang khas berdasarkan kebutuhan, karakteristik atau perilaku yang mungkin membutuhkan produksi atau bauran pemasaran yang terpisah dengan mengidentifikasikan dan membagi pasar dalam kelompok yang berbeda.”

Terdapat beberapa dasar segmentasi utama yang sering digunakan untuk menentukan segmentasi pasar, yakni segmentasi geografis, demografis, psikografis, dan perilaku.

1. Segmentasi Geografis

   Strategi geografis mengharuskan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, negara bagian, wilayah, propinsi dan kota. Perusahaan dapat beroperasi diseluruh wilayah namun tetap memberikan perhatian pada variabel lokalnya saja.

   Berdasarkan segmentasi geografisnya, Poke-Café mempunyai target pasar yaitu masyarakat yang tinggal di Propinsi DKI Jakarta. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa Poke-Cafe melayani pelanggan yang datang dari sekitar wilayah Jakarta seperti Bekasi, Bogor, Depok dan lain-lain.

2. Segmentasi Demografis

   Pada segmentasi demografis pasar dibagi berdasarkan variabel-variabel demografis yaitu usia, jenis kelamin, pendapatan, generasi dan kelas sosial. Berdasarkan segmentasi demografis, Poke-Café lebih memfokuskan pada remaja, terutama remaja yang menengah keatas

© 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. Segmentasi Psikografis

Variabel-variabel yang menjadi dasar pengelompokan didalam segmentasi psikografis adalah gaya hidup, kepribadian dan nilai. Pelanggan yang dituju oleh Poke-Café adalah remaja terutama para remaja yang gemar menghabiskan waktu untuk ngobrol di café dan juga remaja yang suka ataupun bermain pokemon

4. Segmentasi Perilaku

Dari segi perilaku, pembeli dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, pemakaian atau tanggapan mereka terhadap suatu produk. Poke-Café mengfokuskan target pasarnya pada pelanggan yang memiliki ketertarikan terhadap makanan atau minuman yang disajikan di Cafe tetapi juga ingin sembari bermain.

D. Ramalan Industri dan Pasar

Ada dua pendekatan yang dapat dipakai dalam membuat peramalan (*forecasting*) suatu bisnis, yaitu analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Analisis kuantitatif banyak menggunakan pendekatan model matematik dengan menggunakan data yang bersifat historis dan kausal. Sedangkan analisis kualitatif banyak menggunakan pendekatan yang bersifat subyektif yang berhubungan dengan pengambilan keputusan, misalnya emosi, pengalaman pribadi, serta sistem nilai yang dianut. Namun, banyak perusahaan yang menggunakan peramalan besarnya permintaan.

Target pasar yang akan dituju oleh Poke-Cafe adalah penduduk yang tinggal di daerah Jakarta khususnya Jakarta Utara. Namun tidak menutup

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.

kemungkinan konsumen lain adalah pengunjung yang berdatangan dari daerah luar Jakarta Utara, karena Pantai Indah Kapuk terkenal sebagai *kuliner center*.

Perkembangan cafe sekarang ini di Indonesia khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta semakin berkembang dengan pesat. Banyak cafe-cafe dengan berbagai macam konsep atau ide-ide yang ditawarkan untuk memikat pelanggan baik dari kalangan muda maupun kalangan orang tua, dari segi ekonomi yang sedang sampai orang kaya. Hal ini terjadi karena perubahan pola perilaku konsumsi masyarakat yang sudah menganggap cafe menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari sebagai tempat untuk berkumpul menghabiskan waktu baik bersama keluarga maupun bersama dengan sahabat.

Peramalan pasar menurut Kotler (2009: 124), adalah permintaan pasar yang berkorespondensi dengan tingkat pengeluaran pemasaran industri yang sebenarnya akan terjadi. Peramalan pasar memperlihatkan permintaan pasar yang diduga bukan permintaan pasar maksimum. Persentase penetrasi produk yaitu persentase kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa dalam produksi. Perusahaan mengasumsikan bahwa semakin rendah persentase produk, semakin tinggi potensi pasar.

"Pertumbuhan ekonomi Indonesia secara makro selama 10 tahun terakhir ini terus mengalami peningkatan. Pendapatan per kapita yang pada tahun 2004 hanya mencapai 2.000 Dollar AS, saat ini telah mengalami peningkatan dua kali lipat menjadi 4.000 dolar AS. Demikian halnya dengan pendapatan masyarakat terus mengalami peningkatan. Tahun 2014 sebagai tahun politik dan tahun pergantian kekuasaan, Pemerintah yang ada saat ini diprediksi masih akan dapat mempertahankan pertumbuhan ekonomi di atas 6

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.

persen.Hal tersebut disampaikan Ketua Badan Supervisi Bank Indonesia (BSBI) Dr Umar Juoro dan Pengamat ekonomi yang juga Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (FEUI) Dr Berly Marwardaya, kepada pers, dalam diskusi ekonomi, Kamis (13/1/2014)." http://www.tribunnews.com/bisnis/2014/02/13/pendapatan-perkapita-ri-kini-mencapai-4000-dollar-as (Diakses 29 September 2016)

"Jumlah penduduk Indonesia diproyeksikan bertambah menjadi 271,1 juta jiwa pada 2020 dan meningkat lagi menjadi 305,6 juta jiwa pada 2035. Angka itu relatif jauh dibandingkan dengan hasil Sensus Penduduk 2010 bahwa penduduk Indonesia banyaknya 237,6 juta jiwa. "Pada 2035, jumlah penduduk Indonesia meningkat sebesar 28,6 persen. Dengan peningkatan ini, Indonesia menempati posisi kelima sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar, setelah China, India, Amerika, dan Nigeria," kata Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional Armida Alisjahbana dalam acara peluncuran buku *Proyeksi Penduduk Indonesia 2010-2035* di Istana Negara, Jakarta,Rabu(29/1/2014). (http://nasional.kompas.com/read/2014/01/29/1643028/Tahun.2035.Proyeksi.Jumlah.Penduduk.Indonesia.305.Juta.Jiwa) (Diakses 29 September 2016)

Melihat data di atas yang menyebutkan bahwa pertumbuhan penduduk dan pendapatan masyarakat yang terus meningkat setiap tahunnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa gambaran masa depan dari Poke-Cafe dapat dikatakan baik. Meningkatnya pertumbuhan penduduk akan berdampak dengan meningkatnya permintaan dan penjualan dari Poke-Cafe, selain itu pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia juga akan membawa dampak

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.

positif karena jika pendapatan naik maka daya beli masyarakat juga akan naik. Dengan meningkatnya pertumbuhan dan pendapatan penduduk menandakan bahwa semakin besarnya permintaan dan potensi pasar yang dimiliki oleh Poke-Cafe.

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.