



BAB III

ANALISIS INDUSTRI



Hak cipta milik IBKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Gambaran Masa Depan

Analisis Industri dilakukan sebelum membuka usaha. Tujuan dilakukan analisis adalah agar wirausahawan dapat mengetahui dengan jelas mengenai kecenderungan yang terjadi dalam industri tersebut.

Seiring dengan perkembangan jaman banyak orang lebih memilih tempat yang mempunyai desain yang menarik untuk mengabadikan foto tersebut menjadi momen tertentu dengan suasana berbeda dari di rumah. Selain itu orang pada jaman sekarang lebih menyukai berkumpul (nongkrong) bersama teman-teman di suatu tempat makan, terutama cafe. Karena mereka lebih nyaman berkumpul di cafe dari pada dirumah. Kondisi ini membuat semakin berkembangnya industri makanan dan minuman dalam beberapa tahun terakhir ini. Dan pada jaman sekarang orang tidak mau repot dalam mengadakan suatu acara, karna jika di rumah harus memikirkan untuk membereskan setelah acara sedangkan kalo di cafe atau restoran lebih simpel.

Dalam hal ini, penulis sudah berkunjung di daerah Bekasi, dan tidak menemui cafe yang memiliki konsep sejenis. Dengan konsep bergaya Classic yang di tampilkan di cafe ini. Sehingga penulis ingin membangun cafe di Bekasi Utara karena memang cafe sejenis ini belum ada di Bekasi Utara.

Dengan dibukanya *Cafe Lava Cake* dapat membantu memberikan lapangan pekerjaan bagi daerah sekitar. Menjadi karyawan *Cafe Lava Cake* tidaklah harus berpendidikan tinggi. Karyawan yang dicari adalah karyawan yang komunikatif,

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 IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



terampil, cekatan, rapi agar dapat melayani konsumen dengan baik dan dapat memuaskan konsumen.

Visi dari *Cafe Lava Cake* adalah menjadi cafe yang sukses dan digemari oleh semua kalangan di wilayah Bekasi Utara.

Misi dari *Cafe Lava Cake* adalah menyediakan tempat makan dan nongkrong yang unik, enak, dan nyaman dengan pelayanan yang memuaskan dan harga yang terjangkau.

B. Analisis Pesaing

Persaingan adalah hal yang tidak dapat dihindari dari sebuah bisnis. Dalam persaingan kita mengenal sebutan kompetitor. Kompetitor adalah perusahaan yang menjual barang atau jasa yang sejenis dengan perusahaan kita. Kompetisi dengan para kompetitor tidak dapat dihindari dalam sebuah bisnis. Dengan adanya kompetitor ini, bisnis akan terus berjalan maju dan memudahkan para konsumen memperoleh alternatif lain dari produk kita.

Dalam melakukan analisis pesaing ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaannya, diantaranya adalah strategi, tujuan, kekuatan dan kelemahan. Dalam memperoleh informasi tentang pesaing penulis melakukan pengamatan terhadap konsumen pesaing.

Ditinjau dari segi lokasi *Cafe Lava Cake* yang berlokasi di Bekasi Utara memiliki beberapa pesaing. Berikut ini pesaing-pesaing utama dari *Cafe Lava Cake*:

1. Basecamp Cafe: Cafe ini menyediakan sedikit makan berat dan banyak makanan ringan serta minuman. Cafe ini sudah sangat terkenal di Bekasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Target pasar nya semua kalangan, tapi lebih banyak anak muda yang datang dari pada orang tua.

2. Warung Kompromi: Cafe ini menyediakan sedikit makanan berat dan ringan serta minuman. Target pasar semua kalangan dengan penampilan dari segi makanan yang unik.

Faktor keberhasilan (*Critical Success Factor*) dalam CPM mencakup isu-isu internal maupun eksternal, karenanya peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan dimana :

- 4 Sangat Kuat / Sangat Baik
- 3 Kuat / Baik
- 2 Lemah / Cukup Baik
- 1 Sangat Lemah / Kurang Baik

Tabel 3.1

Tabel Analisis CPM (Company Profit Matrix)

Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	Basecamp Cafe		(Harapan) Cafe Lava Cake		Warung Kompromi	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Kualitas dan Varian Produk	0,2	3	0,6	4	0,8	3	0,6
Daya Saing Harga	0,2	4	0,8	4	0,8	3	0,3
Pelayanan	0,15	3	0,45	4	0,6	3	0,45
Promosi	0,15	3	0,45	4	0,6	3	0,45
Design Interior Classic	0,05	3	0,15	3	0,15	2	0,1
Loyalitas Pelanggan	0,1	4	0,4	2	0,2	3	0,3
Fasilitas	0,15	2	0,3	2	0,3	2	0,3
Total	1		3,15		3,45		2,9

Sumber: Warung Lava Cake

Mengingat ketatnya persaingan cafe di Bekasi Utara, *Cafe Lava Cake* harus memiliki keunggulan yang menjadi pembedaan antara *Cafe Lava Cake* dengan cafe

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



lainnya. Untuk menjadi unggul dalam persaingan, ada beberapa hal yang penting untuk diperhatikan dalam menjalankan usaha ini, yaitu :

1. Kualitas dan Varian produk

Kualitas produk merupakan salah satu pertimbangan yang sangat penting bagi setiap orang dalam membuat keputusan pembelian karena walaupun harga murah tapi kalau makanan tidak enak orang tidak akan kembali lagi ke cafe kita.

2. Daya Saing Harga

Harga juga tidak kalah pentingnya dalam menentukan keputusan pembelian seseorang. Penetapan harga tidak boleh sembarangan. Harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat sekitar dan juga harus disesuaikan dengan harga para pesaing sehingga harga yang ditetapkan dapat diterima dengan baik oleh para pembeli. Ada baiknya harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk itu sendiri sehingga harga yang dibayarkan pembeli sesuai dengan manfaat yang didapatkan.

3. Pelayanan

Pelayanan merupakan hal yang penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Dengan selalu memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan kepada setiap konsumennya maka akan memungkinkan konsumen tersebut untuk melakukan pembelian ulang dan menumbuhkan rasa kesetiaan pelanggan. Seperti Respon Pelanggan dan Waktu Penyajian.

4. Promosi

Dengan mempromosikan usaha kita dengan gencar maka orang akan lebih mengenal produk kita dibandingkan produk lain, dengan cara promosi melalui

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie).

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



social media dan memasang Spanduk yang dapat menarik pelanggan. Dan juga di lakukan dengan harga promosi selama 1 bulan di berikannya *Discount 50%* untuk pengenalan cafe.

5 Design interior Classic

Design interior cafe juga merupakan faktor penting yang harus diperhatikan karena dengan desain yang menarik dan unik akan dapat dengan mudah mencuri perhatian calon konsumen untuk mampir mencoba menu dan menikmati suasana di dalam cafe.

6 Loyalitas Pelanggan

Loyalitas konsumen merupakan hal yang harus dibangun dengan sesegera mungkin. Untuk membangun loyalitas konsumen, perusahaan perlu memperhatikan kualitas dan pelayanan kepada konsumen. Loyalitas konsumen akan timbul apabila konsumen tersebut merasa puas dan cocok dengan suatu perusahaan tertentu. Kepuasan yang diterima konsumen akan membuat konsumen kembali lagi untuk melakukan repurchase.

7. Fasilitas

Fasilitas suatu usaha merupakan salah satu hal yang penting. Apalagi dalam dunia makanan. Tempat makan yang berfasilitas lengkap akan sangat disukai oleh konsumen. Karena mereka dapat makan sambil melakukan hal lain dengan memanfaatkan fasilitas tersebut. Salah satu contohnya adalah wifi dan musik.

Kesimpulan dari analisis CPM jika dilihat dari variabel-variabel yang telah disebutkan diatas maka *Cafe Lava Cake* memiliki nilai yang paling besar dan

© 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.

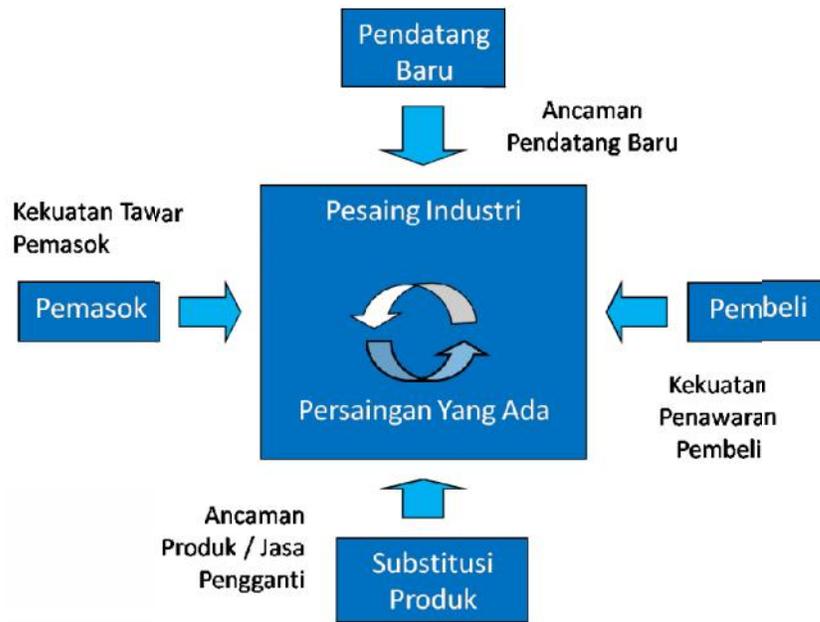


mampu bersaing di industri makanan dan minuman dengan pesaing paling dekat adalah Basecamp Cafe dan Warung Kompromi.

Menurut Fred R. David yang diadopsi dari Porter (2010:146) , hakikatnya di dalam suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan, dapat dilihat seperti gambar 3.1.

Gambar 3.1

5 Kekuatan bersaing dalam Industri



Ancaman Pendantang Baru

Ancaman masuknya pesaing baru *Cafe Lava Cake* pasti ada, hal ini dipicu karena selain modal yang diperlukan tidak terlalu besar dan juga teknologi yang canggih sekarang ini sangatlah mudah untuk mencari informasi mengenai hal apa saja termasuk supplier bahan makanan yang murah dan berkualitas baik. Kemudian dengan konsep desain Classic maka bisa cepat ditiru dengan pesaing karena di Bekasi Utara belum ada konsep seperti ini. Serta loyalitas konsumen terhadap *Cafe*

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.



Lava Cake dan sejenisnya yang sudah ada terbilang rendah mengingat dengan mudahnya para konsumen berpindah ke cafe lain untuk mencari makanan yang diinginkan. Berbeda dengan cafe yang memiliki brand loyalty yang sangat kuat.

Biasanya pesaing atau pendatang baru memasuki suatu bisnis dengan membawa sesuatu yang baru baik dalam hal produk, cara menghadirkan makanan agar lebih menarik, desain tempat, pelayanan, dan lain sebagainya dengan tujuan untuk memperoleh pangsa pasar sehingga jika ini berhasil maka tentunya pangsa pasar *Cafe Lava Cake* bisa jadi bertambah. Dengan demikian, *Cafe Lava Cake* harus mempersiapkan diri untuk menghadapi masuknya pesaing baru dengan mengidentifikasi pesaing yang berpotensi masuk ke pasar, memonitor strategi pesaing baru tersebut sebagai bahan evaluasi diri bahkan untuk membuat serangan balasan apabila dibutuhkan. Strategi yang dilakukan *Cafe Lava Cake* untuk mengantisipasi masuknya pesaing baru adalah terus meningkatkan promosi, memaksimalkan layanan, jaminan kualitas makanan dan harga untuk meningkatkan konsumen terhadap *Cafe Lava Cake* agar konsumen tidak berpindah ke pesaing baru yang akan masuk.

Kekuatan Tawar Pemasok

Kekuatan tawar pemasok memengaruhi intensitas persaingan di sebuah industri terutama ketika terdapat sejumlah besar pemasok, atau ketika hanya terdapat sedikit bahan mentah pengganti yang bagus, atau ketika biaya peralihan ke bahan mentah lainnya sangat tinggi.

Kekuatan tawar menawar pemasok dalam hal ini adalah *supplier Cafe Lava Cake*. *Supplier Cafe Lava Cake* memberikan produk yang berkualitas bagus

C 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.



dan tahan lama (mesin presto, lemari es makanan) serta bahan baku makanan yang segar atau *fresh*. Dan harga yang ditawarkan juga terjangkau. Bila harga yang ditawarkan kepada *Cafe Lava Cake* dinilai tidak lagi menguntungkan, *Cafe Lava Cake* dapat membeli kepada supplier lain.

Untuk menghadapi hal tersebut, *Cafe Lava Cake* harus menciptakan relasi atau hubungan yang baik dengan para pemasok supaya bahan baku *Cafe Lava Cake* dapat tercukupi tepat waktu.

3 Kekuatan Tawar Pembeli / Konsumen

Konsumen akan memiliki daya tawar yang semakin besar bila mereka dapat dengan mudah dan murah beralih ke merek atau pesaing lain, mereka menduduki tempat yang sangat penting bagi penjual, penjual mengalami masalah menurunnya permintaan konsumen, mereka memiliki informasi tentang produk, harga, dan biaya penjual, dan jika mereka memegang kendali mengenai apa dan kapan mereka bisa membeli produk.

Dalam hal ini kekuatan tawar pembeli besar karena seperti yang kita ketahui bahwa banyak sekali cafe yang menawarkan makanan dan minuman yang bervariasi. Selain itu, bagi *Cafe Lava Cake* pembeli yang ada memiliki posisi yang sangat penting mengingat pelanggan *Cafe Lava Cake* masih sedikit. Semua hal ini membuat daya tawar konsumen atau pembeli besar.

4 Ancaman Produk atau Jasa Pengganti / Substitusi

Dibanyak industri, perusahaan saling berkompetisi dengan produsen produk-produk pengganti. produk pengganti membuat batas tertinggi harga yang dapat diberikan kepada konsumen. Tekanan kompetitif yang meningkat dari produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



pengganti bertambah ketika harga relatif produk pengganti tersebut turun dan manakala biaya peralihan konsumen turun. Kekuatan kompetitif produk pesaing bisa diukur dengan penelitian terhadap pangsa pasar yang berhasil diraih produk itu.

Ancaman produk pengganti untuk bisnis makanan dan minuman tentunya pasti ada, terlebih makan Indonesia terutama di Bekasi makanan pokoknya adalah Nasi.

5 Persaingan di dalam Industri

Strategi yang dijalankan oleh perusahaan dapat berhasil hanya sejauh bila perusahaan mampu menghasilkan keunggulan kompetitif atas pesaing-pesaing yang ada. Perubahan strategi yang dijalankan oleh satu perusahaan bisa ditanggapi dengan strategi balasan oleh pesaing, seperti: penurunan harga, peningkatan kualitas, penambahan fitur, dan penyediaan layanan. Strategi yang dijalankan oleh *Cafe Lava Cake* untuk mensiasati persaingan yang besar di dalam industri ini adalah dengan menyediakan makanan yang enak, design yang menarik sehingga orang tidak cepat bosan, memberikan layanan delivery untuk daerah sekitar cafe, memberikan pilihan hiburan untuk para konsumen (permainan). Selain itu juga *Cafe Lava Cake* memberikan harga yang terjangkau untuk kalangan anak muda. Peningkatan loyalitas merek juga menjadi target utama *Cafe Lava Cake*. *Cafe Lava Cake* yakin bila seseorang konsumen puas akan merek *Cafe Lava Cake*, maka konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang atau bahkan akan menjadi *loyal customer*.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Fred R.David (2010:124) menjabarkan tentang kekuatan eksternal yang memengaruhi usaha yang akan kita jalankan. Beberapa faktor eksternal yang mempengaruhi *Cafe Lava Cake* adalah:

Kekuatan ekonomi

a) Inflasi

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Babel tentang tingkat inflasi telah terjadi peningkatan

di Provinsi Jawa Barat pada Januari 2016 mengalami inflasi 0,59 persen dibandingkan bulan sebelumnya, yang didapat dari hasil pendataan harga di tujuh kota pantauan indeks harga konsumen (IHK) gabungan. Jawa Barat tercatat pada Januari 2015 sampai Januari 2016 mengalami inflasi sebesar 3,72 persen. Jadi inflasi daya beli di Bekasi Januari 2016 0,37 persen.

<http://jabar.antaranews.com/berita/56774/jabar-januari-2016-inflasi-059-persen>

(*Senin*, 1 Februari 2016 18:22 WIB)

Dengan semakin tingginya tingkat inflasi mengakibatkan menurunnya daya beli masyarakat. Namun dengan menurunnya tingkat inflasi pada tahun 2016 dapat membuat daya beli masyarakat semakin tinggi. Apalagi makanan adalah kebutuhan pokok masyarakat. Masyarakat akan lebih cenderung memilih membeli makanan dari pada membeli baju atau barang lainnya. Jadi tingkat inflasi mempengaruhi penjualan di *Cafe Lava Cake* karena pembelian makanan di *Cafe Lava Cake* merupakan suatu gaya hidup atau kebutuhan tersier.

b) Tingkat Pengangguran

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Jika dilihat dari sisi tingkat pengangguran, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Jawa Barat, jumlah pengangguran di Jawa Barat Terjadi kenaikan angkatan kerja di periode yang sama. Pertambahannya ada 23.783 orang. Terjadi pengurangan penduduk yang bekerja, tapi yang menganggur juga meningkat itu angka absolutnya. Tapi kalau melihat tingkat pengangguran terbuka, ada kenaikan 1,3%, " kata Kepala Bidang Statistik Sosial Badan Pusat Statistik Jawa Barat,

<http://agunkzscreamo.blogspot.com/2016/05/angkadatapengangguran2016.html#.V5893RIwLIU> (Selasa, 5 April 2016 08:44 WIB)

Tingkat pengangguran juga mempengaruhi tingkat daya beli masyarakat, semakin tinggi tingkat pengangguran maka tentu saja berdampak pada menurunnya daya beli masyarakat, begitu pula sebaliknya semakin rendah atau berkurangnya tingkat pengangguran maka daya beli masyarakat akan semakin meningkat. Sesuai dengan data tersebut berarti akan menjadi peluang bagi *Cafe Lava Cake* karena dengan tingkat pengangguran yang makin menurun dapat meningkatkan daya beli masyarakat.

c) Kekuatan sosial dan budaya

Dengan perkembangan jaman sekarang yang semakin pesat membuat para orangtua sibuk bekerja dan membuat mereka tidak punya waktu untuk memasak dirumah. Dengan begini mereka akan lebih sering makan diluar rumah bersama keluarga mereka. Karena manusia makhluk sosial yang butuh bersosialisasi maka mereka harus bisa menjalin hubungan baik dengan teman-teman dan orang sekitarnya. Dengan begitu mereka akan bertemu dan berkumpul di tempat makan



sambil berbincang-bincang. Dengan begitu *Cafe Lava Cake* mempunyai peluang usaha yang besar.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

d) Kekuatan demografi

Menurut BPS Babel jumlah penduduk di Jawa Barat tiap tahunnya mengalami peningkatan.

<http://www.indonesia-investments.com/id/budaya/demografi/item67>

Melihat pertumbuhan penduduk Jawa Barat yang terbilang pesat, hal ini menjadi peluang bagi *Cafe Lava Cake*. Dengan pertumbuhan penduduk yang pesat membuat *Cafe Lava Cake* semakin luas. Kesempatan ini akan digunakan oleh *Cafe Lava Cake* dengan melakukan promosi secara optimal agar *Cafe Lava Cake* semakin dikenal oleh masyarakat dan dapat berkembang pesat.

e) Kekuatan teknologi

Kecanggihan dan kemajuan teknologi sangat berdampak terhadap seluruh sisi kehidupan manusia. Begitu juga terhadap berkembangnya aktivitas bisnis dimana kebutuhan informasi dan teknologi sangat berperan strategis dalam hal pengambilan keputusan bisnis. Dengan bertambah marak dan booming-nya internet beberapa tahun terakhir juga turut mempengaruhi seluruh aktivitas sosial masyarakat, karena dengan mudahnya mengakses internet maka semua kebutuhan akan informasi apapun dapat cepat diserap dan diterima. dengan perkembangan teknologi ini *Cafe Lava Cake* memanfaatkannya untuk membantu mengembangkan usaha. Melalui Instagram dan Website lainnya. Serta *Cafe Lava Cake* juga menyediakan fasilitas wifi dan Musik.

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.



Berdasarkan teori Fred R. David (2010:327) perusahaan perlu menganalisa persaingan yang ada untuk terus bertahan dalam usahanya. Untuk membantu melakukan analisa tersebut, perusahaan dapat menggunakan matriks kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman (SWOT). Matriks kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman (SWOT) adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan 4 jenis strategi, yaitu: Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman).

Cafe Lava Cake memiliki beberapa kekuatan, kelemahan, peluang, dan hambatan. Berikut adalah analisa SWOT *Cafe Lava Cake*.

Strengths (kekuatan)

Kualitas Produk yang fresh akan membuat makan lebih enak.

Yaitu makanan yang di sajikan menarik belum ada di Bekasi Utara. Menu makanan ini mungkin di Jakarta dapat kita temui beberapa cafe. Namun di Bekasi Utara makanan seperti ini belum ada. Dan ini berarti belum ada nya pesaing.

2. Pelayanan yang baik

Tiap orang akan sangat senang apabila dilayani dengan baik dan sopan. Oleh sebab itu cafe ini menerapkan pelayanan yang baik, sopan, dan sigap. Pelayanan harus bergerak cepat agar tidak mengecewakan konsumen. Dengan pelayanan yang seperti ini konsumen dapat melakukan *repurchase* dan bahkan dapat menjadi *loyal customer Cafe Lava Cake*. Pemilik percaya bahwa konsumen yang *loyal* terhadap *Cafe Lava Cake* akan mempromosikan *Cafe Lava Cake* kepada orang lain sehingga akan terbentuk *mouth-to-mouth promotion*.



3. Promosi yang kuat akan membuat daya tarik konsumen

Melakukan promosi untuk dapat di kenal oleh semua orang dengan memberi discount 50% selama 1 bulan. Karena agar masyarakat dapat mengetahui dengan cita rasa yang di berikan dari *Cafe Lava Cake*. Dengan melalui Sosial Media dan Spanduk.

Daya Harga Saing

Harga yang di buat dari cafe *Cafe Lava Cake* ini sangatlah terjangkau, yang di buat untuk kalangan ABG & Remaja. Maka itu, harga yang di berikan relatif murah di kalangan cafe di Bekasi Utara.

Weakness (kelemahan)

1. Belum adanya loyalitas konsumen

Cafe Lava Cake masih sangat baru sehingga belum memiliki konsumen tetap yang loyal terhadap produk-produk *Cafe Lava Cake*. Perlu melakukan berbagai cara agar meningkatkan tingkat loyalitas konsumen terhadap *Waroeng Lava Cake*.

2. Design Classic

Cafe Lava Cake hanya menampilkan konsep design Classic. Karena dengan sederhana saja sudah mendukung dari suasana cafe yang di tampilkan ke masyarakat.

Opportunities (peluang)

1. Dapat melakukan ekspansi dengan membuka cabang dan mewaralabakan bisnis ini





Karena jenis cafe ini masih belum ada di Bekasi Utara maka pemilik bisa menjadikan ini sebagai peluang usaha. Pemilik dapat membuka cabang atau mewaralabakan cafe ini di daerah diluar Jawa Barat.

Jenis cafe yang belum ada di Bekasi Utara membuat banyak konsumen yang mencoba

Jenis cafe yang seperti ini belum ada di Bekasi Utara dapat membuat orang yang dulunya pernah mencoba jenis makanan ini di Jakarta dan ketagihan tidak usah jauh-jauh lagi pergi ke Jakarta. Karena konsumen dapat membelinya di *Cafe Lava Cake* ini.

Pertumbuhan penduduk yang meningkat menjadikan banyak pelanggan yang datang

Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat khususnya remaja, membuka peluang baru bagi *Cafe Lava Cake*. Dengan bertambahnya penduduk yang ada, membuat pasar *Cafe Lava Cake* semakin luas dan besar. Hal ini harus dimanfaatkan *Cafe Lava Cake* sebaik-baiknya agar *Cafe Lava Cake* dapat menjadi cafe yang maju dan berkembang.

4. Perkembangan teknologi terutama internet

Pada jaman modern sekarang perkembangan teknologi semakin pesat. Kemajuan teknologi ini dapat mempermudah kerja kita dan memiliki banyak kelebihan lainnya. Dengan internet kita dapat mempromosikan produk kita dengan cepat. Dan dapat dengan mudah juga diakses oleh pengguna internet. Oleh sebab itu *Cafe Lava Cake* melakukan promosi melalui media sosial.

Threat (ancaman)

1. Kompetitor potensial yang lebih berpengalaman

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 adanya pesaing-pesaing yang memang sudah lama ada dan lebih berpengalaman dapat menjadi ancaman bagi kita. Mereka lebih mengerti bagaimana menguasai pasar. Dan kita harus selalu siap menghadapi para kompetitor ini.

Konsep bisnis mudah ditiru

Jenis cafe yang seperti *Cafe Lava Cake* dengan modal yang tidak terlalu besar dan unik mungkin akan sangat mudah ditiru oleh kompetitor. Ini membuat pemilik harus sepintar mungkin bagaimana mengelola cafe ini agar apabila cafe ini mulai ditiru kita dapat menambah atau mengubah konsep kita.

Konsumen yang mudah berpindah ke cafe yang lain

Karena cafe ini masih terbilang baru. Maka masih banyak konsumen yang belum percaya atau merasa cafe kita kurang sesuatu. Maka mereka dapat berpindah-pindah ke cafe yang lain. Kita sebagai pemilik cafe harus membuat cara bagaimana konsumen menjadi betah dan setia dengan cafe kita.

Dari penjabaran diatas dan Tabel analisis Company Profit Matrix (CPM) yang telah dibuat dapat didalam Tabel Matrix SWOT *Waroeng Lava Cake* pada Tabel 3.2 dibawah ini.

C 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.



Tabel 3.2

Matriks SWOT *Cafe Lava Cake*

	Strengths – S	Weakness – W
<p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>1. Kualitas Produk yang fresh akan membuat makanan lebih terasa enak.</p> <p>2. Pelayanan yang Baik (Sigap, Cepat Tanggap, Sopan dan Ramah).</p> <p>3. Promosi yang akan membuat daya tarik konsumen, seperti melalui Social Media dan Spanduk.</p> <p>4. Daya Saing Harga.</p>	<p>1. Belum adanya loyalitas konsumen.</p> <p>2. Design Interior Classic yang sederhana.</p> <p>3. Fasilitas musik dan wifi.</p>
<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>Opportunities – O</p>	<p>SO Strategies</p>
<p>1. Dapat melakukan ekspansi dengan membuka cabang dan mewaralabakan bisnis ini.</p> <p>2. Jenis cafe yang belum ada di Bekasi Utara membuat banyak konsumen yang mencoba.</p> <p>3. Pertumbuhan penduduk yang meningkat menjadikan banyak pelanggan yang datang.</p> <p>4. Perkembangan teknologi terutama internet.</p>	<p>1. Menerapkan strategi promosi menggunakan media internet dan media lainnya, untuk menarik konsumen yang lama maupun yang baru.</p> <p>2. Memberikan pelayanan yang baik sehingga dapat membuat konsumen merasa nyaman dengan Harga yang terjangkau.</p>	<p>WO Strategies</p> <p>1. Memperkenalkan melalui jejaring sosial seperti Line, instagram dan website lainnya. Untuk memperkenalkan <i>Cafe Lava Cake</i> kepada masyarakat luas.</p> <p>2. Memperbaiki tempat cafe menjadi yang lebih menarik dan menambahkan fasilitas.</p>
<p>Threat – T</p>	<p>ST Strategies</p>	<p>WT Strategies</p>
<p>1. Kompetitor potensial yang lebih berpengalaman.</p> <p>2. Konsep bisnis yang mudah ditiru.</p> <p>3. Konsumen yang mudah berpindah ke cafe yang lain jika terus monoton tidak ada inovasi baru.</p>	<p>1. Menonjolkan kualitas produk yang baik yang di hidangkan ke konsumen dengan promo yang menarik.</p> <p>2. Harga yang terjangkau agar konsumen tidak berpaling ke cafe lain.</p>	<p>3. Mengubah disgn cafe agar tidak dapat ditiru.</p> <p>4. Mendekati pelanggan agar tidak berpaling ke cafe lain dengan fasilitas yang menarik.</p>



SO Strategies

1. Menerapkan strategi promosi untuk menarik konsumen yang lama maupun yang baru. Untuk meningkatkan penghasilan cafe ini maka pemilik harus melakukan promosi terus menerus seperti promosi melalui internet. Bisa Instagram, menyebarkan brosur ke sekolah-sekolah . Agar orang dapat mengetahui bahwa ada cafe baru yang buka. Dengan menonjolkan beberapa kelebihan dalam promosi ini akan sangat membantu dalam menarik konsumen. seperti makanan yang memiliki diferensiasi, servis yang baik, free wi-fi dan musik.

Memberikan pelayanan yang dapat membuat konsumen merasa nyaman dengan Harga yang terjangkau. Walaupun ini termasuk cafe yang baru dan belum punya pengalaman, tetapi pemilik ingin cafe ini dapat disukai oleh konsumen, dan ingin membuat konsumen nyaman berada di cafe ini. Oleh sebab itu pemilik mentraining dulu pegawai-pegawainya agar dapat melayani dengan maksimal para konsumen yang datang. Dan tidak mengecewakan para konsumen. sebab di beberapa cafe ada pelayan yang kerjanya kurang sigap dan tidak murah senyum. Hal ini dapat membuat konsumen merasa risih dan tidak betah.

WO Strategies

1. Memperkenalkan melalui jejaring sosial seperti Instagram dan website lainnya untuk memperkenalkan *Cafe Lava Cake* kepada masyarakat luas. Karena masih baru nya usaha ini maka *Cafe Lava Cake* perlu melakukan usaha keras dalam memperkenalkan cafe ini kepada masyarakat luas dengan menggunakan bantuan media sosial tentunya. Karna jaman sekarang orang-orang lebih banyak mengakses media sosial dibandingkan media lainnya.

© 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.



2. Memperbaiki tempat cafe menjadi yang lebih menarik dan menambahkan fasilitas, karena kurangnya pendukung dari konsep Classic sederhana yang di buat oleh *Cafe Lava Cake*. Maka itu, konsep cafe ini harus di ubah. Tetapi konsep dasarnya tidak di ubah melainkan di perbaharui saja. Dan fasilitas yang kurang hanya ada free wi-fi dan music saja, tapi di tambahkan adanya permainan untuk konsumen.

© Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

SWT Strategies

Menonjolkan kualitas produk yang baik yang di hidangkan ke konsumen dengan promo yang menarik. Dengan makanan yang di hidangkan secara unik yang dapat di upload ke media sosial yang menjadi promo yang di berikan dari *Cafe Lava Cake* ini.

Harga yang terjangkau agar konsumen tidak berpaling ke cafe lain. Dengan Harga yang di buat untuk kalangan ABG dan Remaja, cafe ini berani memberikan harga yang murah di dibandingkan cafe lainnya di Bekasi Utara.

WIT Strategies

Mengubah disgn cafe agar tidak dapat di tiru dengan konsep dasar bergaya Classic, maka banyak sekali konsep disgn cafe di jakarta yang bergaya Classic. Namun di Bekasi terutama di daerah Utara belum ada yang berkonsep Classic. Sebab itu saya membuat cafe dengan konsep bergaya Classic.

Mendekati pelanggan agar tidak berpaling ke cafe lain dengan fasilitas yang menarik. Dengan cara bersikap yang friendly, agar pelanggan merasa dekat dan akrab saat mengunjungi cafe. Membuat suasana yang nyaman di cafe agar dapat mengunjungi cafe sesering mungkin. Dan menonjolkan dengan adanya fasilitas yang lebih banyak agar konsumen senang.

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 IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



C.

Segmentasi Pasar

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:223) segmentasi pasar berguna untuk menyesuaikan program pemasaran untuk mengenali perbedaan pelanggan.

Variabel segmentasi yang utama adalah :

1 Segmentasi Geografis

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

2 Segmentasi Demografis

Membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan pada variabel seperti :

- a) Umur dan tahap siklus hidup: Keinginan dan kemampuan konsumen berubah sesuai dengan usia dan siklus hidupnya.
- b) Tahap kehidupan: Didefinisikan sebagai perhatian utama seseorang (perceraian, pernikahan kedua, merawat orang tua, dan lain-lain).
- c) Jenis kelamin: Pria dan wanita mempunyai sikap dan perilaku yang berbeda, sebagian berdasarkan susunan genetik dan sebagian karena sosialisasi.
- d) Pendapatan: Merupakan praktik lama dalam kategori seperti otomotif, pakaian, kosmetik, layanan keuangan, dan perjalanan.
- e) Generasi: Sangat dipengaruhi oleh saat-saat pertumbuhan mereka (musik, film, politik, dan lain-lain).
- f) Kelas sosial: Berpengaruh kuat terhadap preferensi mobil, pakaian, perlengkapan rumah, dan lain sebagainya.

Segmentasi Psikografis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



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

Segmentasi Perilaku

Mengelompokkan pembeli berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan, atau respon mereka terhadap suatu produk.

Segmentasi pasar yang dilakukan *Cafe Lava Cake* adalah segmentasi berdasarkan variabel geografis, variabel psikografis, variabel umur, juga variabel pendapatan. Berdasarkan segmentasi geografis, *Cafe Lava Cake* membagi pasar berdasarkan wilayah yang ada. Target pasar utama *Cafe Lava Cake* adalah wilayah Bekasi Utara dan sekitar wilayah sekitar Bekasi. Berdasarkan variabel umur, *Cafe Lava Cake* memiliki target pasarnya yaitu remaja yang menyukai tempat untuk nongkrong yang nyaman. Sedangkan untuk segmentasi pendapatan, *Cafe Lava Cake* ingin memasuki pasar menengah dan menengah keatas.

Damalan Industri dan Pasar

Target pasar *Cafe Lava Cake* adalah anak muda dan orangtua. Cafe yang menyediakan makanan ini akan didirikan di Rumah Toko (Ruko) di daerah Bekasi Utara. Dengan pasar utama cafe ini adalah kaum muda dan orangtua di daerah Bekasi Utara.

Data hasil survey yang dilakukan oleh BPS menyatakan bahwa terjadi kenaikan sebesar 0,37%.

Pada Januari 2016 UMK Gabungan Jawa Barat yang meliputi 7 kota yakni Kota Bandung, Kota Cirebon, Kota Tasikmalaya, Kota Bekasi, Kota Bogor, Kota Sukabumi, dan Kota Depok mengalami kenaikan indeks. UMK dari 3,46 di Januari 2015 menjadi 4,05 di Januari 2016.

<http://jabar.antaranews.com/berita/56774/jabar-januari-2016-inflasi-059-persen>



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.



(Senin, 1 Februari 2016 18:22 WIB)

Ⓒ Potensi pasar *Cafe Lava Cake* terbilang baik mengingat adanya pertumbuhan permintaan akan makanan dan tempat untuk nongkrong pada tahun ini. Peningkatan ini merupakan peluang baik bagi *Cafe Lava Cake*. Jumlah pengunjung yang mendatangi cafe *Cafe Lava Cake* adalah sekitar 20 hingga 40 orang dalam sehari bahkan bisa lebih saat hari libur. Hal ini juga menjadi pendorong kuat bahwa usaha cafe ini memiliki pasar yang baik.

Saat ini penduduk daerah Bekasi Utara sudah semakin banyak, dan semakin banyak pula cafe. Sedangkan untuk makanan Dessert seperti di Bekasi Utara belum ada. Cafe yang bermunculan dari luar maupun dalam hanya menyediakan tempat untuk makan saja. Mereka tidak memikirkan untuk menyediakan tempat untuk nongkrong. Dengan keadaan tersebut makan *Cafe Lava Cake* menyediakan tempat untuk jenis makanan yang belum ada dan juga tempat nongkrong yang nyaman. Dengan demikian diharapkan *Cafe Lava Cake* dapat berjalan dengan sukses dan dapat menyerang kelemahan kompetitor.

Berdasarkan bauran pemasaran (7P) yaitu product, place, promotion, price, people, process, dan physical evidence. *Cafe Lava Cake* diharapkan memberikan produk yang berkualitas, tempat yang nyaman, promosi yang sesuai, dan harga yang terjangkau. Disamping itu, masih terdapat people, process dan physical evidence yang harus diterapkan di *Cafe Lava Cake*, yaitu harus memperhatikan karyawan yang bekerja sesuai dengan standar dan dapat memberikan jasa yang diharapkan oleh konsumen. Dalam hal proses memberikan jasa (service) para karyawan harus cepat dan cekatan dalam melayani konsumen, proses ini akan menjadi keunggulan kompetitif *Cafe Lava Cake*. Kemudian yang terakhir adalah fakta fisik dari *Cafe Lava Cake* yaitu tempat yang nyaman untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

bersantap makanan dan nongkrong. Dengan keadaan fisik cafe yang nyaman dan sesuai dengan harapan, dimungkinkan konsumen akan loyal dan semakin menyukai *Cafe Lava*

Case.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.